

Tartu Ülikool

Filosoofiateaduskond

Filosoofia ja semiootika instituut

Semiootika osakond

Reet Taniel

TUJURIKKUJA – EESTI HUUMOR?

Bakalaureusetöö

Juhendaja Silvi Salupere

Tartu 2013

Olen bakalaureusetöö kirjutanud iseseisvalt. Kõigile töös kasutatud teiste autorite töödele, põhimõttelistele seiskohtadele ning muudest allikaist pärinevatele andmetele on viidatud.

Autor: Reet Taniel
(allkiri)

.....
(kuupäev)

SISUKORD

| | |
|--|----|
| SISSEJUHATUS | 5 |
| 1. HUUMORI TEOORIA | 7 |
| 1.1 Huumori funktsioonid | 8 |
| 1.2 Huumor ja keel | 9 |
| 1.3 Intertekstuaalsus ja paroodia | 11 |
| 1.4 Tabuteemad | 12 |
| 1.5 Suunatud huumor | 13 |
| 2. TUJURIKKUJA | 15 |
| 2.1 Kronoloogiline ülevaade | 17 |
| 2.2 Naljade jaotus | 20 |
| 2.3 Tujurikkuja kui telesaade | 23 |
| 2.3.1 Märt Avandi ja Ott Sepa fenomen | 25 |
| 2.3.2 Populaarsus | 27 |
| 3. HUUMORI ANALÜÜS „TUJURIKKUJA“ SKETŠIDE NÄITEL | 29 |
| 3.1 Nime fenomen | 29 |
| 3.2 Tabuteemad | 30 |
| 3.3 Üllatusmoment, puänt, ühildamatus | 31 |
| 3.4 Mitmetähenduslikkus ja intertekstuaalsus | 34 |
| 3.5 Paroodia | 36 |
| 3.6 Eesti huumor | 38 |

| | |
|-----------------|----|
| KOKKUVÕTE..... | 42 |
| KIRJANDUS | 44 |
| SUMMARY | 46 |

SISSEJUHATUS

Mis on nali ja miks on see nähtus nii indiviidi kui ka kultuuri seisukohalt oluline? Kas huumor ja nali on meelelahutus ja pingete maandamine või peidavad nad endas keerukamaid protsesse ning on seotud millegi suuremaga?

Victor Raskin (1985) kinnitab, et naer on oluline osa nii inimeste kui ka loomade elust. Naeru, nalja ja huumorit on uuritud ja saab uurida väga erinevate diskursuste raames. Jättes kõrvale nalja füsioloogilised ja bioloogilised funktsioonid, on mõistlik keskenduda huumori ning inimeste ja kultuuri omavahelistele suhetele. Raskin (1985: 5) toob välja, et kuigi eksisteerib universaalne ja üldinimlik nali, siis enamik huumoriakte leiab aset inimeste vahel, kes jagavad ühte ja sama sotsiaalset ja kultuurilist tausta ning sel moel kujuneb igas kultuuriruumis välja omanäoline huumor, millest arusaamine on lihtsaim just neile, kes sarnaseid väärtusi ja norme jagavad. Bakalaureusetöö on edasiarendus seminaritööst, milles käsitlesin populaarse aastalõpu sketšisaate „Tujurikkuja“ fenomeni ja sealset naljade ülesehitust ja teemadekäsitlust.

Nüüdseks on möödas viis aastat sellest hetkest, kui „Tujurikkuja“ esmakordselt eestlasteni jõudis. See, peamiselt Ott Sepa ja Märt Avandi poolt eesti rahva lemmikute hulka tõusnud naljasaade, näitab uut taset vana hea „Kreisiraadio“ ja Hendrik Normani „Edekabeli“ kõrval. „Tujurikkuja“ on ennast kehtestanud eesti tele-, filmi- ja kultuurimaastiku olulise osana ning tulenevalt nende populaarsusest ja teemade käsitlusest, leian, et antud huumorisaate analüüs on hea võimalus pääseda ligi eesti ja eestlaste huumorile.

Selle töö eesmärgiks on esiteks näidata seda, mille üle ja kuidas „Tujurikkujas“ nalja tehakse ning teiseks seda, kas populaarne aastalõpu telesaade, võiks sisaldada endas iseisearalikku ja omanäolist huumorit, mida saaks eelkõige eesti kontekstiga seostada. Analüüsis keskendun eelkõige huumori- ja naljateooriatele, kuid kuna uurimuse alusmaterjaliks on telesaade, peatun põgusalt ka televisioonist tulenevatel tähendusloome aspektidel. Minule teadaolevalt on antud uurimus Eesti kontekstis esmakordne ja omanäoline, kuna üheks eesmärkidest on uurida eesti huumorit ja üritada

välja selgitada selle iseäralikkust telesaadet analüüsides. Senimaani on nii Eestis, kui ka mujal maailmas uuritud pigem verbaalsele naljale tuginevat huumorit.

Eesti teadlastest on huumorile kõige rohkem tähelepanu pööranud Arvo Krikmann ja Liisi Laineste. Mõlemad on suuresti rahvahuumori uurimisega tegelenud ja Laineste on lisaks arvukatele etnilist huumorit käsitlevatele artiklitele uurinud ka eesti *stand-up* komöödiat. Lisaks toetun ka Victor Raskini, Vladimir Proppi, Arthur Asa Bergeri ja Neal R. Norricki huumoriteooriatele. Hea ülevaate huumoriuurimise algusaastatest kuni tänapäevani on andnud Susan C. Vogel, kelle teosele „Humor: A semiogenetic approach“ ma samuti suurel määral toetun. Uurimusse televisiooniteooriaid kaasates toetun John Fiske'le. Veel toetun oma analüüsis järgmistele autoritele: Henri Bergson, Charles Gruner, John Hartley, William Hazlitt, Walter A. Koch, Juri Lotman, Harvey Mindess, Alleen Pace Nilsen ja Don L. F. Nilsen, Jerry Palmeri, Alison Ross, Dolf Zillmann ja Joanne R. Cantor.

Töö on jagatud kolmeks peatükiks, millest esimeses annan ülevaate senistest uurimustest huumori ja nalja teemadel. Teises peatükis keskendun analüüsiobjektile, „Tujurikkujale“, kui tervikule. Teine peatükk jaguneb kolmeks alapeatükiks, millest esimeses annan lühiülevaate saate ülesehitusest ja muutumisest diakroonilises plaanis viie aasta vältel ning teises alapeatükis üritan analüüsi lihtsustamiseks „Tujurikkujas“ olevad naljad alagruppidesse jagada. Tulenevalt sellest, et analüüsiobjektiks on telesaade, vaatlen kolmandas alapeatükis ka seda, kuidas televisioon kui meedium on mõjutanud „Tujurikkujat“ ning mil moel mõjutavad tähenduste loomet meie kultuuris humoristideks tituleeritud Märt Avandi ja Ott Sepp. Kolmandas peatükis rakendan uurimisobjektile huumoriteooria käsitlusi ning lisaks erinevate konstrueerimisvõtete analüüsile vaatlen ka eesti huumori avaldumist „Tujurikkuja“ sketšides.

Töö ei pretendeeri lõplike järelduste jõudmisele eesti huumori omaduste kohta, vaid on üks paljudest etappidest, mis eestlasliku huumori uurimiseks veel läbida tuleb. „Tujurikkujat“ analüüsides jõuan uurida vaid ühte valdkonda eesti humorist: see on praeguse hetke sketšisaate humor, seda ümbritsevad ja sellega seotud tähendused.

1. HUUMORI TEOORIA

Mis on huumor? Mis on nali? Mida peab üks indiviid naljakaks, aga teine mitte? Mille üle tehakse ja võib teha nalja ühes kultuuris, aga teises mitte? Nalja ja huumorit on praeguseks uuritud väga erinevate distsipliinide raames ja ka kõikvõimalikest aspektidest lähtuvalt. Laineste sõnul on huumori uurimine muutunud viimasel ajal üha interdistsiplinaarsemaks, sest huumor ja selle erinevad väljundid on seotud erinevate ühiskondlikult aktuaalsete teemadega, nagu võõraviha või etniline identiteet. Laineste sõnul peavad kaasaegset huumori analüüsi teostama nii lingvistid, filosoofid, sotsioloogid, psühholoogid kui ka semiootikud. (Laineste 2010: 655)

Vogel (1989: 5) annab oma teoses „Humor: A Semiotetic Approach“ hea ülevaate teoreetikutest, kes ühel või teisel moel on huumorit uurinud. Ta toob välja selliseid teadlasi ja õpetlasi, nagu Platon, Aristoteles, Cicero, Hobbes, Kant, Schopenhauer, Hegel, Spencer, Darwin, Bergson, Freud, Sartre, Bateson, Koestler jpt. Vogeli teos huumorist ja semiootikast on tema 1988. aastal kaitstud doktoritöö. Ta on õppinud ajalugu, inglise keelt, tõlketeadust ning tõlkinud mitmeid kultuurisemiootilisi artikleid, sealhulgas ka Kochi essee „Evolutionary Cultural Semiotics“ (1986).

Vogeli kohaselt on huumorile kõige suuremat tähelepanu pühendanud keeleteadlased ja psühholoogid, kuid ta leiab, et need, küllaltki eraldiseisvad lähenemised, ei ole piisavad selleks, et moodustuks ühtne huumoriteooria. Huumori uurimine vajab seda, et kõik erinevad distsipliinid ühendataks ühtseks teooriaks ja Vogel leiab, et semiootika võiks olla see teadus, mis aitaks erinevaid meetodeid ja lähenemisi omavahel ühendada. (Vogel 1989: 4–5)

Bergson (2009: 12) toob välja, et huumor ja koomika on ainuomane eelkõige inimestele. Huumor on osa inimkäitumisest, inimvõimetest ja inimkompetentsist ning Raskin (1985: 2) liigitab seega ta teiste inimkonnale omaste tunnuste hulka, nagu keel, moraal, loogika, usk jne. Just nimelt keel on see, millest tuleks alustada, kui üldse nalja ja huumorit uurida. Ka Vogel rõhutab, et kuna huumor on üldlevinud nii inimeste verbaalses kui ka mitte-verbaalses kommunikatsioonis, olles seega oluline osa spetsiifiliste funktsioonidega kommunikatsiooniaktist, vajab huumor seetõttu ka

semiootilist lähenemist. Lisaks sellele, et huumor toimib kommunikatsiooniaktina kahe või enama indiviidi vahel, on huumor oluline osa ka kultuuri evolutsioonist. (Vogel 1989: 2–3) Lihtsamalt öeldes on huumor märgikasutus, millel on oma spetsiifiline vorm ja funktsioon, millega täidetakse spetsiaalne nišš nii inimestevahelises kommunikatsioonis kui ka terves semiosfääris. (Samas, 5)

1.1 Huumori funktsioonid

Raskini (1985: 5) sõnul on huumor igapäevane nähtus, mis viitab sellele, et mingi kuuldeline või visuaalne stiimul (situatsioon, jutt, mõte) on naljakas. Vogeli (1989: 27) järgi loovad selle naljakuse omavahel kommunikatsiooniaktis olevad inimesed ning selleks, et naljakaid sõnumeid, jutte ja mõtteid edastada, kasutatakse erinevaid märke ja tähendusloomevõtteid. Huumor on keerukas märgisüsteem ja kuna ta on oluline osa kultuuri toimimisest on tal ka palju erinevaid funktsioone.

Erinevate uurimisalade teadlased on üritanud välja selgitada lisaks sellele, kuidas huumor toimib, ka seda, mille üle üldse nalja tehakse ja mis võiks olla naljategemise eesmärkideks ja funktsioonideks. Hazlitt (1907: 5–6) on välja toonud erinevaid põhjuseid, miks ja mille üle naerdakse: absurdsuse, karikatuuride, teiste rahvaste, ebaõnne, ulakuste, uskumatuse, lollide, lihtsameelsuse, silmakirjalikkuse, kohmakuse jne üle ning lisaks veel ka rahulolust iseenda üle ja põlgusest kõrgemalseisjate vastu. Need väljatoodud naeru põhjused ei ole lõplikud, kuid nende põhjal võib teha järelduse, et nalja tehakse enamjaolt ühiskonnas peegelduvate naeruväärsete nähtuse üle.

Huumori eesmärkideks võib vähemal või rohkemal määral olla nii enda kui ka teiste lõbustamine, naeruvääristamine või austamine, kuid lisaks nendele, on välja toodud ka teisi naljategemise funktsioone. Palmeri (1994: 57) kohaselt on naeru ja naljakuse põhjused seotud sotsiaalsete, psühholoogiliste ja bioloogiliste aspektidega. Tema (1994: 66) sõnul on huumori üheks oluliseks funktsiooniks pingete maandamine ja ärevusega toimetulemine.

Huumori tegelike funktsioonide üle saab palju vaielda, aga on selge, et kuna huumor on niivõrd mitmekihiline nähtus, on seotud see paljude funktsionaalsete suhetega. Palmer (1994: 88) rõhutab, et isegi kui jätta välja huumori bioloogiline funktsioon, ei saa tähelepanuta jätta olulist tõsiasja, et huumorit kaustatakse mitmetel viisidel ja erinevates sotsiaalsetes olukordades.

1.2 Huumor ja keel

Huumorit on võimalik uurida väga erinevalt ja nagu juba öeldud, on seda ka tehtud. Vogeli sõnul võib analüüsida nii keelt, märke, konteksti, vaadelda huumorit kommunikatsioonina ja lisaks sellele, on võimalus vaadata ühte konkreetset huumoriakti kui teksti.

Vahet pole, kas tegu on verbaalse või visuaalse huumoriga - nalja konstrueerimise ja edastamise eelduseks on teksti või märkide kooslus. Huumoritekstid on juba kaua olnud lingvistide ja viimasel ajal ka semiootikute huviorbiidis. Kõik eelnevad uurimused põhinevad oletusel, et tekst mängib väga olulist rolli huumoriaktis: midagi öeldakse, tehakse, tajutakse või lihtsalt kujutatakse ette. Seda võetakse vastu millegi naljakana ja struktureeritakse huumorina. (Vogel 1989: 143)

Seega olekski huumori uurimisel kõige mõistlikum vaadata erinevaid huumori avaldumise vorme tekstina. Ka Lotman peab keele ja teksti rolli kultuuri toimimisel oluliseks. Lotmani (2010: 31–33) kohaselt on kultuur teksti mõistega isomorfne, seega tuleb selleks, et kultuuri mõista, vaadelda selles olevaid tekste. Kuna huumor on üks kultuuriteksti vormidest, tuleb sarnaselt uurida ka huumoritekste. Ning kuna kultuur ja tekst põhinevad keelel, on mõistlik vaadelda ka seda, kuidas huumor ja keel on omavahel seotud.

Nagu keel, mida võib pidada üksikutest keelemärkidest ja keerukatest struktuuridest koosnevaks süsteemiks, nii on ka huumor keerukas märgisüsteem. Naljad võivad olla erinevad: rahvasuu naljad, anekdoodid, komöödiad, klounide ja miimide poolt esitatu, *stand-up* jne. Kõikide nende puhul tulevad mängu erinevad nalja konstrueerivad üksused: keel ja kehakeel, kontekst, visuaalne pilt, kostüüm, grimm, dekoratsioonid jne.

Ross käsitleb põgusalt huumorit ja selle iseäralikku keelekasutust. Rossi (1998: 7) sõnul rikub huumor ise keele esmast ülesannet, milleks on selge ja ühetähenduslik kommunikatsioon, mis viitab sellele, et suhtlus inimeste vahel peaks olema selge, arusaadav ja ühetähenduslik. Seega toob Ross välja huumorikeele olulise tunnuse – mitmetähenduslikkuse. Tema sõnul on naljast mitteamusaamise ja naermise akti tekkimisvõimalusi kaks: ei tajuta mitmetähenduslikkust keeles või saadakse naljast aru, kuid ei peeta naljakaks kuna see on n-ö kulunud. (Ross 1998: 8) Siit ka teine huumorikeelele ja huumorile üleüldiselt omane tunnusjoon – üllatuslikkus.

Alleen Pace Nilseni ja Don L. F. Nilseni (2007) järgi iseloomustab huumorit lisaks üllatusmomendile ja mitmetähenduslikkusele ka liialdus, alandlikkus, iroonia, situatsioonipõhisus, üleolek, petmine, lolliks tegemine, trikitamine ja sõnamäng. Seda, et huumori olemus peitub tema ootamatuses ja ühildamatuses, seda on uurinud ka Immanuel Kant ja Arthur Schopenhauer. Raskin (1985: 31) võtab nende öeldu kokku sellega, et naeru tekke põhjuseks on äkiline kokkusobimatus mingi mõiste ja nende reaalseste objektide vahel, millest selle mõiste kaudu mingis suhtes mõeldakse, ning et naeru põhjuseks on ootamatu efekt, kui mingi asi, mida oodati, muutub äkitselt millekski muuks.

Nii Berger (1995: 65) kui ka Raskin (1979: 42) räägivad üllatusmomendi tähtsusest huumori struktuuris. Raskini sõnul tekitab üllatusliku momendi naljas puänt, mis võib sisaldada esmapilgul ühildamatut ja täiesti uut mõttemaailma või olla ootamatult ratsionaalne lahendus. Berger lisab, et just puänt on see, mis naljas algselt kehtinud tähendused ja arusaamad uute tähendusteni viib. Eco (1979: 64) väidab ka, et semiootilisest vaatenurgast lähtudes on huumor mingi koodi rikkumine. Saussure'i kohaselt koosnevad märgid tähistajast ja tähistatavast ning nendevaheline suhe on arbitraarne ehk kokkuleppeline. Ehk selleks, et me mingit nähtust, objekti või sõna märgina tunnistasime ja sellest aru saaksime, selleks peaksime neid märgina teadma ja õppima. Berger lisab, et paralleele võib tuua märkide ja puändi vahel:

Võib-olla on seos märkide ja puändi vahel. Suhe tähistaja ja tähistatava vahel on kokkuleppeline, mitte loomulik ega loogikal põhinev ja ka suhe nalja sündmuste ja puändi vahel ei ole loomulik ega loogiline. Just see fakt, et puänt ei saa nalja loogilistest sündmustest tuleneda, just see toodabki

naeru. Märkide kokkuleppelisus ongi seotud ootamatu lahendusega, mis puändi poolt tekitatakse ja see omakorda tekitabki naeru. (Berger 1995: 76)

Olgu tegemist koomiksi, sõnamängu, anekdoodi, visuaalse sketši või mõne muu huumori väljendusviisiga – naljast arusaamine ja naeru teke ei sõltu ainult puändi olemasolust. Naljast arusaamisele viitab naeru teke, naer aga tekib üllatusest/ootamatusest ja selle ootamatuse tekitab puänt. Kuid mis saab siis, kui puänt jääb hoomamatuks ning selle tõttu ei saada naljale pihta?

1.3 Intertekstuaalsus ja paroodia

Jenni Kinnunen (2012) ütleb oma bakalaureusetöös, et ükski tekst ei saa oma olemuselt olla eraldiseisev ja ainulaadne. Nimelt viitab ta sellele, et iga tekst on seotud eelnevate tekstidega ja seda isegi siis, kui teksti lugejad ei taju neid intertekstuaalseid viiteid. Tema sõnul sisaldavad intertekstuaalsed viited erinevates kontekstides alati mingisugust tähenduslikkust või eesmärki, olgu selleks siis mingi tähenduse rõhutamine, võrdluse sissetoomine või eelneva teksti naeruvääristamine. (Kinnunen 2012: 3)

Norrick (1989: 117–118) määratleb oma essees „Intertekstuaalsus huumoris“, et intertekstuaalsus esineb iga kord, kui üks tekst viitab teisele tekstile, kirjapandud või räägitud diskursusele. Nendeks võivad olla jutud, tegelaskujud, seriaalid, filmid, prominendid või sündmused meie ühiskonnast. Martin Montgomery jt. sõnul ei seo intertekstuaalsus mitte ainult ühte või teist kirjalikku teksti, vaid ühendab kõiki erinevaid teksti avaldumisvorme. Intertekstuaalsus toetub väga suuresti lugejate või vaatajate teadmistele erinevatest žanritest ja kultuuriteksti tüüpidest. (Montgomery jt 2007: 161–162) Intertekstuaalsust saab seega mingil määral seostada kultuurikompetentsiga. Sama kinnitab ka Vogel (1989: 37–38), kes toob välja, et täiskasvanuna on meil välja kujunenud mingi intertekstuaalne kompetents huumorist ja naljadest, kuna oleme suutelised tajuma nende tekstide taga olevaid intertekstuaalseid viiteid. Ka Raskin (1984: 58) lisab, et naljadest arusaamisel mängib olulist rolli huumoritarbija kultuuriline ja ka üldine huumori kompetents. Seega ilmneb oluline

asjaolu: selleks, et tekst naljakana mõjuks ja et tajutaks huumori olemasolu, peab märkama ka teisi samas kultuuriruumis olevaid tekste.

Berger ütleb, et intertekstuaalsuse üks enim levinud vorme on paroodia, sest sisaldab alati endas mingeid viiteid mingile algele. Paroodia tugineb vastuvõtja oskusel tunda ära originaalset teksti. (Berger 1995: 73) Norricki järgi tähendabki paroodia täielikku intertekstuaalsust, sest paroodia eesmärgiks on olla selle tekstiga, millele oma sisus viidatakse, võimalikult sarnane. Norrick toob välja ka olulise aspekti, mis eraldab paroodia ülejäänud intertekstuaalsusest. Kui intertekstuaalsus paneb publiku n-ö proovile, vaatamaks kas ja kui palju nad suudavad leida viiteid eelnevatele tekstidele, siis paroodia teadvustab vaatajatele sihilikult oma algallika, et publik oleks kohe teadlik naeruvääristamise aktist. Paroodia peab selleks, et mõjuda naljakana, sarnanema võimalikult palju originaalsele algversiooniga. (Norrick 1989: 129–132)

Selgub, et intertekstuaalsus on igapäevane nähtus, sest oma olemuselt seob ta kõiki tekste ja ühendab omavahel ka erinevad žanrid. Intertekstuaalsus on laialdaselt ka huumoris kasutatav. Naljadedest arusaamist ja huumorimeelt määratletaksegi tavaliselt mingi rahvuse või kultuuri taustal, sest kõige paremini mõistavad kontekstipõhiseid ja viiteid täis nalju just konkreetset kultuuri tarbivad ja selles ühiskonnas elavad inimesed.

1.4 Tabuteemad

Seni olen tähelepanuta jätnud ühe väga olulise huumoriga seotud asjaolu – tabuteemade kajastamise. Palmer ja ka teised eespool tutvustatud autorid räägivad tabuteemade ja huumori omavahelisest seosest. Palmer (1994: 67) jõudis arusaamale, et huumori üheks väga oluliseks funktsiooniks on tabuteemade kajastamine ja nende üle laiema avalikkuse ees arutlemine. Sellisest vaatenurgast huumorile lähenemine viitab sellele, et huumor ei ole lihtsalt meelelahutus ja naermisakti esilekutsumine, vaid on osa mingist keerukamast semiootilisest protsessist. Tabuteemade üle naermine (ja ka see, mida ühes või teises kultuuris tabuteemaks peetakse) on osa suuremast kultuurilisest protsessist. See, mille üle võib erinevates kultuurides naerda, on seotud kõikide reeglite ja normidega ühiskonnas. (Palmer 1994: 67) Gruner (1978: 15) nimetab sellist

tabuteemade üle nalja tegemist nn haigeks huumoriks ning leiab, et selline nalja tegemise viis annab nii nalja koostajale kui ka publikule võimaluse mängida moraalipiiride ja fundamentaalsete tabuteemadega meie ühiskonnas. Ta lisab, et seesugune nn haige huumor, mis tegeleb tabuteemadega, milleks võivad olla surm, pilastus, kannibalism, seks jne, on eksisteerinud sama kaua kui terve inimkond (Samas, 17). Huumori kasutamist tabuteemadest rääkimisel ei saa seega lugeda ebasüüdsaks ega kohatuks, sest see annab kultuurile endale võimaluse rääkida kesketest probleemidest ning nn kohatute naljade uurimine aitab paremini mõista kultuuri kui tervikut.

1.5 Suunatud huumor

Huumor ja naer on igapäevased nähtused ja toimivad enamjaolt võrdselt kõikide inimeste puhul, olenemata sellest, missugusesse kultuuriruumi nad kuuluvad. Huumori konstrueerimise ja toimimise mehhanismid on ühesed ja toimivad kas mitmetähenduslikkuse või ühildamatuse alustel. Kuid see, mille üle ühes või teises kultuuris nalja tehakse ja mida naljakaks peetakse, on kitsamas plaanis siiski erinev. Seega peab nii kultuurisiseselt kui ka erinevate kultuuride võrdluses teadma, kellele huumor suunatakse. Sama kehtib ka sotsiaalsete gruppide sees. See, kas naljast saadakse aru või mitte, sõltub nii sellest, millisesse sotsiaalsesse või rahvuslikku gruppi kuulutakse kui ka sellest, missugust kultuurikompetentsi omatakse. Tihti võib juhtuda, et naljast ei saada aru ning seega ei peeta seda ka naljakaks. Laineste (2010: 655) räägib siinkohal äpardunud huumorist, mille puhul adressaat on saadetud sõnumit valesti mõistnud ning võib seesugust nalja tõlgendada kui iroonilise ja suunatud agressiivsuseks. Vogel toob välja, et väga oluline on teada seda, kes teeb nalja, mille üle ja kellele on see nali suunatud ehk kes kujuneb sihtmärgiks. Ta peab väga oluliseks sotsiaalsete suhete võrgustikku, mis huumoriaktis olevate inimeste ümber on moodustunud. Ta lisab veel, et see, kuidas naljast aru saadakse ja kas suudetakse samu ideid omaks võtta, see kõik oleneb sellest, kas inimene näeb ennast konkreetse sotsiaalse grupi, etnilise rühma või kultuuri kui terviku osana. (Vogel 1989: 105–106)

Kellele me siis oma huumori ikkagi suuname? Bergson (2009: 12) ütleb, et pole olemas huumorit väljaspool inimeksistentsi. Lihtsamalt öelduna on meie huumor suunatud alati meile endale – inimestele. Kochi kohaselt eksisteerib palju erinevaid ja spetsiifilisi kultuuri universaale, aga ka üks ühine inimkultuur. Selle kinnitamiseks pakub ta välja vastanduse *uniculture* vs. *idioculture*. (1986: 63) Seda saab rakendada nii universaalse ja globaalse inimkonna mõistes, aga samas kitsendada ka ühele rahvusele või sotsiaalsele grupile. Vogel sidus Kochi poolt väljapakutu huumoriga. Vogeli sõnul toovad seesuguselt „meile endile“ suunatud naljad välja need aspektid, et me kõik oleme inimesed, koos samade fundamentaalsete omaduste, nõrkuste ja vigadega. Ja lisaks selle, et me kuulume ühe inimkultuuri alla, oleme teadlikud ka sellest, et me kuulume mingisse eraldiseisvasse kultuurigruppi, näeme seoseid enda ja teiste vahel samas kultuuris ning seetõttu on ülimaks nalja sihtmärgiks kultuur ise tervikuna. Ideaalis peaks tekkima olukord, kus indiviid ise ka mõistab, et ta on omaenda huumori sihtmärk. (Vogel 1989: 116–117)

Järgnevas analüüsis, mis uurib nalja ja huumorit telesaates, võtan eelkõige arvesse üldisi nalja konstrueerimisvõtteid ja eelnevaid huumoriteooriaid, kuid kuna uurimuse keskmes on teleprogramm, peatun lühidalt ka meediumist tulenevatel eripäradel.

2. TUJURIKKUJA

„Tujurikkuja“ on nüüdseks eetris olnud viiel järjestikkusel aastavahetusel. Saade tekitab igal aastal suurt vastukaja nii poliitikute ja kultuuritegelaste kui ka tavakodanike seas. Märt Avandi ja Ott Sepp, koos saate teiste põhitegijatega (Kaaren Kaer, Andres Korberg, Erik Moora, Tõnis Leht) on öelnud, et kõige oodatuimaks päevaks kujunebki 1. jaanuar, mil nad saavad oma meelt lahutada, lugedes inimeste vastukaja netikommentaare näol (Valme 2013: 14–15).

Postimees annab alates 2005. aastast välja Kultuuriveduri tiitlit ning 2012. aastal pärjati selle tiitliga „Tujurikkuja“. Varasemate kultuuriveduri saajate hulgast võib leida nii näitleja, filmioperaatori, kirjaniku kui ka kunstiarmastajast suurärimehe, kuid esmakordselt pärjati auhinnasaajaks hoopis telesaade. (Valme: 2013 14–15) 2011. aastal valisid eestlased 11 kõige paremat „Tujurikkuja“ sketši ja saatetegijad andsid välja ka kolme esimese hooaja DVD.

Igal aastal enne saadet kajastab meedia „Tujurikkuja“ meeskonna tegemisi ja pärast saadet on oodata kriitilisi ja vähem kriitilisi kommentaare nii eesti rahva, prominentide ja ka välismeedia poolt. „Tujurikkujas“ tehakse nalja surma, küüditamise, eestlaseks olemise, alkoholismi, uppumissurmade jne üle. Selliste teemade üle naermine tõstatab tihtilugu probleeme moraalipiiride ületamise kohta. „Tujurikkuja“ sketšides mängivad nüüdseks juba üldtuntud koomikud, kes pärast telesaate „Eesti otsib superstaari“ juhtimist esmakordselt laiema publiku ette jõudsid ja eestlaste tähelepanu köitsid. Praeguseks on mõlemad näitlejad, Ott Sepp (2011) ja Märt Avandi (2013), pärjatud ka Oskar Lutsu huumoripreemiaga.

Koos filmi ja seejärel televisiooni väljakujunemisega tekkisid ka esimesed naljasaated, mis praeguseks on leidnud kindla koha saatekavades ja vaatajate südames. Üldjoontes võib need jagada kahte gruppi: nn *stand-up* komöödia, kus üks, vahel ka rohkem koomikuid suhtlevad vahetult publikuga, ja sketšisaated, kus naljad on eelnevalt lavastatud ja salvestatud. Selles žanris on ilmselt üks kuulsamaid ja edukamaid „Monty Pythoni“ kollektiiv, kelle esimene saade oli Briti TVs 1969. aastal. Ükski hilisem sketšisaade pole ilmselt suutnud vältida (ja miks nad peaksidki?) selle mõjutusi.

Eestis pole „Tujurikkuja“ aga esimene aastalõpu huumorisaade, mis on igal aastal eestlaste meeli lahutanud. Kui „Tujurikkuja“ alustas 2008. aastal, siis enne seda on ETV aastavahetusprogrammi „kõige magusama“ eetriaaja endale saanud sellised huumorisaated, nagu „Kitsas king“, „Edekabel“, „Rohke Debelaki libauudised“ jm. Enne „Tujurikkujat“ oligi oodatuim aastalõpu huumori- ja paroodiasaade „Edekabel“, milles peaaegu kõik rollid täidab näitleja Henrik Norman. Kui võrrelda „Edekabelit“ ja „Tujurikkujat“, siis mõlemad on kehtestanud end kodumaisel huumorimaastikul teatava käekirjaga. Henrik Norman teeb enamjaolt ühemehesaadet ning eestlased on juba teadlikud tema erakordselt heast võimest tuntuid eestlasi ja välismaalasi järele teha. Nii nagu meil on juba teatav ootus Normani järjekordsete parodeerimisaktidega, ja me juba teame, kuidas Norman Andrus Ansipit või Jaak Joalat jäljendab, täpselt samuti on nüüdseks meil mingid ootused juba ka Sepa ja Avandi suhtes. Me teame nende näoilmeid, žeste, hääletoone, kehakeelt ja ka seda, et nad on samuti suutelised väga hästi parodeerima Koit Toomet, Jaan Tättet ja Marko Matveret jt. Niisuguses võrdluses selgub, et kahel saatel poleks justkui mingit erilist vahet, sest mõlemad on aastalõpu paroodia- ja huumorisaated. Tegelikult on need kaks naljasaadet formaadilt ikkagi erinevad. Edekabel on eelkõige eesti televisioonimaastiku toodangut parodeeriv huumorisaade, justkui sel moel neid saateid halvustades. „Tujurikkuja“ haare on aga laiem ja kui vaadata „Tujurikkujat“ diakrooniateljel, võib märgata muutusi nii sisus kui väljenduses. Näib, et saate tegijad jälgivad hoolikalt vastukajasid ja püüavad selle järgi kohandada ka oma loomingut.

„Tujurikkuja“ meeskond andis pärast Kultuuriveduri tiitli pälvimist Postimehele ka intervjuu, millest selgus nii mõndagi nende esialgsete kavatsuste kohta. Nimelt, kui 2008. aastal esimese naljasaatega alustati, ei arvestanud nad, et suudavad oma tegemistega saavutada nii laia kõlapinna. Ott Sepa sõnul oli alguses nende suureks eeskujuks inglise sari „Big Train“, mis tema sõnul teeb ka selliseid suvalisi ja absurdseid sketše. Samas rõhutab Sepp, et nad ei tahtnud teha ka paduabsurdi, nagu „Kreisiraadio“, vaid rõhuti pigem konkreetsele, ettevalmistatud filmilikule asjale. Märt Avandi lisab ka, et see sotsiaalkriitilisus, mis neile külge on kleebitud, ei olnud eesmärk omaette. „Tujurikkuja“ üks produtsentidest käib välja idee, et nende seltskonnast on näitlejad need, kes tahavad lihtsalt nalja teha, ja et ülejäänud meeskond on see, kes

sketšidesse ühiskonda ja poliitikat sisse tahavad tuua. (Valme 2013: 14–15) Isegi kui Tujurikkuja tegijad ei pretendeerinud oma naljadega sotsiaalkriitilisusele, on huumorisaadet läbivaks teemadeks ikkagi eesti ühiskonnaga seotud probleemid, olgu need saatetegijate poolt sinna teadlikult või mitte teadlikult sisse kirjutatud. Olulisim siin on see, et Eesti kontekstis mõjuvad nende sketšid naljakana ning on jätkuvalt eestlaste huviorbiidis.

Eesti Televisioonil on tavaks saanud aasta viimasel päeval vaatajateni tuua meelelahutusprogramm, mille oluliseks komponendiks on huumor. Ka „Tujurikkuja“ on kinnitanud end eestlaste meelt lahutava huumoriprogrammina. Nagu ka nimi ütleb, võivad „Tujurikkuja“ naljad vaatajale mõjuda ebasobiva, pahatahtliku ja kurjana ning on seetõttu tuju rikkumisele suunatud. Vaataja tuju tõesti rikutakse, sest naljad puudutavad nii sotsiaalseid äärmusi kui ka tabuteemasid. Kuid lisaks sellele, et huumorisaade rikub oma vaatajaskonna tuju, võib erinevaid hooaegu võrreldes rääkida ka vähem või rohkem tuju rikkuvatest sketšidest.

2.1 Kronoloogiline ülevaade

Esimene „Tujurikkuja“ oli eetris aastal 2008. See koosneb lühikesest avakaadrist, milles Ott Sepp juhatab sisse oma versiooni seriaalist „Tuulepealne maa“. Lisaks koosneb see sketšidest, vaheklippidest (reklaamid „Eesti edukatele“) ja sõnadeta vahepaladest. Leiame ka kaks sketši, kus mängitakse läbi pealkiri: sketšid, mis on ühe ja sama pulmapeo osad ning milles tujurikkuja rolli kehastab Märt Avandi. Tujurikkujat kehastab ka Ott Sepp ülesehituselt reklaami meenutavates sketšides „Edukatele“. Esimesest saatest saab alguse ka teisi saateid läbiv kindel struktuuriosa. Nimelt algab saade sellega, et Ott Sepp istub toolil, seljas T-särk kirjaga „Nimed marmortahvil“, ja loeb Reet Linna elulooaamatut. Sellega markeeritakse ära ka järgnevatel aastatel korduv struktuuriosa: Ott Seppa versioon mingist kodumaisest telesaatest. Esimene hooaeg on lisaks esmaesitlusele ka kõige „tujurikkuvam“. Teemad on valusad ja nii mõneski kohas ei teagi hästi, kas sobib naerda või mitte (nt „Eesti valib neonatsi“, „Snaiper“ või „Koomapalat“). Tujurikkumine kajastubki selles, et nii naljade sisu (sketš

„Edukatele“, mis on ülesehitatud sellele, et üks tegelastest võtab teise au endale) kui ka teemakäsitus (sketš „Koomapalat“, milles parodeeritakse tõsielusarja formaati, kus koomahaiged on omavahel „võistlema“ pandud) on huumorisaate vaatajale tuju rikkuvad. Tuju rikkumise kõrval on oluliseks pidada silmas ka naljade seotust eesti kultuuriga. Üldiselt on 2008. aasta naljad pigem universaalsemad, see tähendab, et nad on tõlgitavad ka teistesse keeltesse, ning seega võib neid vabalt ka eesti kultuurikontekstist välja tõsta ning seda tehes mõjuksid nad ikkagi arusaadava ja naljakana.

2009. aasta naljad on rohkem seotud just eestlaste ja meie kultuuritaustaga (sketšid „Kultuuriminister“, „Telepoiss“, „Püha Märdi kiusamine“, „Eesti Nokia“). Need teise hooaja sketšid muutuvadki just eestikesksemaks ja „tuju rikutakse“ mitte lihtsalt hästi välja mängitud snaiperi- või koomanaljadega, vaid selleks, et naljast aru saada, peab teadma, kes oli Balthasar Russow või kes on Telepoiss. Sellest saatest pärineb ka rohke meediakära ja halvakspanu osaliseks saanud küüditamise sketš. Nagu esimesel hooajal, nii vahelduvad ka teise hooaja sketšid sõnadeta vaheklippidega ja taaskord viitab Ott Sepp sellele, kuidas tema teeb mingist kodumaisest linateosest oma versiooni. Veelgi enam, selgemaks saab ka Ott Sepa ja tema T-särgi kirja tagamõte. Parodeerides eesti telemaastiku toodangut, rõhutab ta samal ajal sellele ainuõigele eesti filmile („Nimed marmortahvil“), milles ta ka ise kaasa tegi. Teine hooaeg erineb esimesest ka seetõttu, et sketšis „Wolverine“ kasutatakse hollywoodilikke võitlusstseeni võtteid ja neid uuenduslikke filmivõtteid võib näha ka järgmistel hooaegadel. 2009. aasta naljade hulka kuulub ka pigem universaalsemaid nalju, nagu näiteks „Konn“, milles mängitakse läbi tuntud muinasjutu süžee, sellest kuidas neiu suudleb konna ning viimane selle peale ellu ärkab ja printsiks muutub. Olgugi et nimetatud sketš ei ole otseselt eesti kontekstiga seotud, tundub siiski, et teiseks hooajaks ollakse huumoriteemade valikul enesekindlamad ja julgemad ning seetõttu mõjub nende huumor eesmärgipärasema ja sisukamana.

Järgmise „Tujurikkuja“ (2010) raam on jäänud enam-vähem endiseks. Ilmneb aga oluline eristus: selle asemel, et Ott Sepp toolil istudes Reet Linna elulooraamatut loeks, on tema süles hoopis Reet Linna ise, kellega ollakse põgusas vestluses, enne kui märgatakse vaatajate „kohalolu“. Ja jällegi algab saade filmiklipiga – seekord Ott Sepa

versioon filmist „Klass“. Kuigi sketš „Klass“ on küllaltki valusa teema üle „naermine“, siis oma tonaalsuselt on 2010. aasta saade natuke helgem. Võiks öelda, et naljad ei ole enam nii kurjad. Üks etendatud sketšidest põhjustas siiski ka meediaskandaali. Selleks oli „Eesti ujumine“, mis pärast meedias vaidluse all olemist ka pisut oma sisu pidi muutma. Kuigi üldiselt on peamisteks teemadeks ikkagi tujurikkumine, paistab, et naljad on rohkem mõnitamise ja halvustamise naljad (Jaani ja Marko ning Koit Toome sketšid). Viimane valiti ka rahva poolt Top11 sketši hulka. 2010. aasta saadet võib vaadelda kui terviklikku telesaadet, sest üheks oluliseks osaks on Jaani ja Marko telepoe reklaamklipid, mis vahelduvad ülejäänud naljadega.

Tujurikkuja neljas hooaeg (2011) on raami poolest taaskord sarnane eelmistega: sketšid vahelduvad sõnatute vaheklippidega, ainukese erinevusega, et seekord ei tule Ott Sepp lagedale temapoolse versiooniga mingist Eesti filmist või sarjast. Pisut üldisemaks tujurikkumiseks võib lugeda kolme sketši: „Loomapood“, „Tervisesportlane“ ja „Anonüümsed netikommentaatorid“, kuigi ka need viitavad sel hetkel ühiskonnas peegelduvatele probleemidele. Meie kultuuriruumiga otseselt seotud sketšid paistavad olevat neljandal hooajal eriti ühiskonnakriitilised. Näiteks „Kahtlusalone Raudne“, „K.I.T.T.“, „Farmer“. „Kahtlusalone Raudne“ on veel eriti spetsiifiline nali, mida hoomavad lõpuni vaid need, kes on kursis ka sama teema kajastusega saates „Pealtnägija“. Neljanda hooaja enim furoori tekitanud sketšiks võib pidada „Hiidhaloneni“, mis oli niivõrd teravameelne ja tujurikkuv, et sai kajastust ka soome meedia poolt.

Viienda hooaja avasketšiks on taaskord kultuurispetsiifiline ja päevakorraline sketš „Doping“. Eriliseks teeb selle sketši asjaolu, et peaosas ei ole mitte naljamehed Sepp ja Avandi, vaid nalja keskmes on hoopis näitlejanna Ita Ever. „Dopingu“ nalja lõpus, sarnaselt 2009. aasta küüditamisnaljale, on n-ö sketšiväline tekst, mis viib sketšisisesed tähendused veelgi kaugemale ja toodab sel moel juurde ka lisatähendusi. Sarnaselt on lahendatud veel mõned 2012. aasta naljad, nagu näiteks „Onu Heino“ ja „Värdkeel“, kus samuti antakse kõigele nähtule juurde veel informatsiooni, tehes sellega nali veel põhjapanevamaks ja tähendusrikkamaks. Viiendas hooajas on tagasi Ott Sepp koos Reet Linna elulooraamatuga ja seekord saame näha Sepa versiooni kodumaisest seriaalist „Õnne 13“. Lisaks saab näha küll mitte niivõrd päevakajalisi, kuid meie

kultuuriruumi seisukohalt siiski olulisi teemakäsitlusi alkoholismi ja usu teemadel („Üllatus“ ja „Jumal“) Tundub nagu viies hooaeg oleks kas vähemal või rohkemal määral kõige rohkem eestlust ja Eesti ühiskonda peegeldav. Eriti põhjapanevana ja ka eelmistel hooaegadel kajastust saanud teemade kokkuvõtjana mõjub lõpulaul eestlaste kannatustest.

2.2 Naljade jaotus

Selleks, et järgnevat analüüsi paremini teostada, jagan „Tujurikkuja“ sketšid viide erinevasse kategooriasse. Minu jaotuse aluseks on see, kas ja kui palju on naljade teemakäsitlus eesti kultuuri ja eestlasi puudutav. Eraldi alajaotisena olen ära toonud muusikavideod, mida on niikuinii raske tavahuumori alla paigutada.

Kategoriseerimist alustades on mõistlik välja tuua universaalsemad naljad, mille puhul saab rääkida sarnasustest teiste huumorisaadetega või teiste kultuuridega. Universaalsuse all pean silmas eelkõige seda, et nende tähendus ja humoorikus ei lähe mõnda teise keelde tõlkides kaduma. Teiseks võib eristada neid nalju, mida võib liigitada universaalsete ja eesti kultuuriga seotud naljade piirimaile ehk teise jaotuse alla kuuluvad naljad, mille puhul võib teatud määral märgata nende seotust meie kultuuris ja ühiskonnas toimuvaga. Järgmiseks saab rääkida neist sketšidest, mis on otseselt eestlaste ajaloo ja kultuuriga seotud ning mille naljakus seatakse kahtluse alla, kui need meie kultuuri kontekstist välja tõstetakse. Need naljad vastanduvad kõige enam nn universaalsetele naljadele, sest nende sügavam mõistmine on seotud kultuurilise kompetentsiga, mis pole tõlkes üks ühele saavutatav.

Selleks, et paremini selgitada universaalse ja kultuurispetsiifilise ehk praegusel juhul eesti huumori erinevust, võime võrrelda „Snaiperit“ ja „Telepoissi“. Mõlemad sketšid võivad potentsiaalselt olla naljakad nii eestlastele kui ka mõne teise kultuuri esindajatele, kuid ühe sketši sügavam sisu võib tõlkides kaduma minna. „Snaiperi“ puhul on tegu naljaga, mille sisu, dialoog ega puänt ei sõltu mingist konkreetsest kultuurist. Snaiperi kuvand ja tähendus on paljudes kultuurides sarnane ning seetõttu ei sõltu antud nalja humoorikus sellest, missugusesse keelde ta tõlgitakse. „Telepoisi“

puhul tuleb mängu eesti kultuuri kontekst. Kuigi osa selle sketši naljakusest on tõlgitav ka teistesse kultuuridesse, siis sügavama tähenduse ja suurema naljakuse loob eestlaste kultuurikompetentsipõhine ja intertekstuaalne teadmine tegelikust Telepoisist.

Eraldi vaatlemist vajab ka huumorisaadet tervikuna läbiv teema ehk Ott Sepa versioonid kodumaistest telehittidest ning kaks n-ö muusikavideot. Viimaseid vaatlen lähemalt paroodiat olemust analüüsivas alapeatükis.

I. Universaalsed naljad:

Snaiper (2008)
Koomapalat (2008)
Kiisu (2008)
Pulm 1 (2008)
Pulm 2 (2008)
Duell (2008)
Konn (2009)
Wolverine (2009)
Loomapood (2011)

II. Kaudselt eesti kultuuriruumiga seotud:

Maakler (2008)
Edukatele 1 (2008)
Edukatele 2 (2008)
Edukatele 3 (2008)
Märt Avandi (2009)
Tuulikud (2009)
Lasteaed (2010)
Vaal (2010)
Abieluettepanek (2010)
Anonüümsed netikommentaatorid (2011)
Tervisesportlane (2011)
Üllatus (2012)
Jumal (2012)

III. Otseselt eestlaste ja eesti kultuuriruumiga seotud naljad:

Telepoiss (2009)
Küüditamine (2009)
Kultuuriminister (2009)
Eesti Nokia (2009)
Russow (2009)
Politoloog Paul Nusik (2009)

Eesti ujumine (2010)
Jaani ja Marko telepood (2010)
Hiidhalonen (2011)
K.I.T.T (2011)
Kahtlusalune Raudne (2011)
Farmer (2011)
Onu Heino (2012)
Värdkeel (2012)
Doping (2012)

IV. Ott Sepa versioonid kodumaistest telehittidest:

Tuulepealne maa (2008)
Püha Märdi kiusamine (2009)
Klass (2010)
Õnne 13 (2012)

V. Muusikavideod:

Koit Toome (2010)
Olla eestlane on halb (2012)

Selle jaotuse ja eristuse loomine aitab näha seda, kuidas „Tujurikkuja“ naljades on aastast aastasse näha üha rohkem eesti konteksti sisse toomist, mis kõik tõestab seda, et „Tujurikkuja“ on tõepoolest hea materjal, mille põhjal eesti huumorit uurida. Huvitav asjaolu kerkib esile seoses sellega, mil määral ja kuidas täpsemalt avaldub naljades just eesti konteksti olemasolu. Nimelt on näha, kuidas samasugused naljatüübid paigutuvad erineva jaotuse alla. Näiteks oma ülesehituselt n-ö reklaamitüüpi naljad „Edukatele 1“ jt ning „Jaani ja Marko telepood“. Viimane on naljakam eelkõige inimesele, kes on teadlik Jaan Tätte ja Marko Matvere positsioonist meie kultuurimaastikul. Selliseid tüübilt sarnaseid, kuid eesti konteksti erinevalt edasikandvaid nalju on „Tujurikkujas“ veelgi, näiteks „Wolverine“ ja „Russow“, mille puhul viimane on arusaadavam ja potentsiaalselt ka naljakam just sellele, kes on teadlik selle seotusest Eestiga. Kõigele lisaks selgubki, et „Tujurikkuja“ sketšid on üha vähem universaalsemad ja üha rohkem eesti kultuuriga seotud.

2.3 Tujurikkuja kui telesaade

Enne veel, kui asuda „Tujurikkuja“ naljade sisu ja konstrueerimise uurimise juurde, on mõistlik peatuda naljasaate meediumist tulenevatel tähendusi kujundavatel faktoritel. Minu uurimus ei põhine niivõrd televisiooni kui filmimeediumi koodide analüüsil, vaid keskendub pigem nendele faktoritele, mis televisiooni poolt toodetud tekste ringlusesse lasevad ja vaatajatega intertekstuaalsetesse suhetesse astuvad. Lisaks vaatlen seda, kuidas tekib populaarsuse efekt.

Televisioon on, nagu huumorigi, osa meie igapäevaelust. Eelkõige informatsiooni edastuseks ja meelelahutuseks mõeldud kommunikatsioonivahend on olulisel kohal ka kultuuri säilitamisel ja edastamisel. Fiske'i sõnul on televisioon, tema vaatajad ja see, kuidas nad koos ühiskonnas toimivad, keeruline ja mitmepalgeline süsteem ning selle sügavam analüüs võimaldab aru saada mitmetest kultuuritoimimise mehhanismidest. Ta lisab, et televisioon on kultuurilooja, tähenduste tootja ning tähenduste ja tekstide ringluses hoidja. (Fiske 1987: 1)

Lotmani (2006: 244) järgi on kultuuritekstidel kaks funktsiooni: tähenduste adekvaatne edasiandmine ja uute tähenduste loomine. Iga tekst ja uus representatsioon loob uusi tähendusi ka siis, kui see pole plaanipärane. Fiske'i sõnul on televisioon ja selle vahendatud programmid, sarnaselt tekstiga, ülesehitatud kindlatest reeglipõhisest märkidest. Need märgid moodustavad koodide süsteemid, mida ühiskonnas teatakse ja mille abil kultuurisiseselt uusi tähendusi luuakse. Fiske'i sõnul võib televisiooni koodideks ehk tähendust loovateks üksusteks pidada nii kaameratööd, valgustust, montaaži, muusikat, näitlejaid, tegevuspaika, kostüüme kui ka dialoogi. (Fiske 1987: 4–5) Olgugi et televisiooni võib vaadelda eelkõige meediumina, mille põhiliseks eesmärgiks on vahendada kultuuris levivaid märke, tekste ja ideid, on oluline märgata ka televisiooni ülesehitust, reeglipärasust ja tema seotust kultuuriga.

Fiske toob välja, et televisiooni ja kultuuri omavahelises dialoogis peaks erilist tähelepanu juhtima just erinevatele teleprogrammidele ning vaatama neid kui tähenduste kogusid, mitte lihtsalt tarbekaupa. Ta lisab, et programm on programm, olenemata sellest, missuguses kultuuris ta eetrisse läheb. Pigem on oluline tekst. (Samas, 13–14) Sarnane põhimõte kehtib ka huumori puhul: huumoriakti konstrueerimisvõtted jäävad

ikka samaks, olenemata sellest, missuguses kultuuris nad esinevad. Tähenduslikuks kujuneb see, missugune on publik. Fiske'i kohaselt toodetakse ja kujundatakse programme tööstuse poolt, tekste aga toodetakse lugeja/vaataja poolt. Tekst asub vaatajaga suhtlusesse ja hakkab publiku silmis uusi tähendusi aktiveerima. (Samas, 14) Eco (1979: 32–33) järgi toimub suhtlus ja tähenduste jagamine kokkuleppeliste koodide abil. Tegelikud tähendused, mis programmi jälgides dekodeeritakse, sõltuvadki rohkem sotsiaalsest situatsioonist ja kultuuritaustast, milles dekodeerija asetseb.

Justin Lewise sõnul toimus televisiooniteoorias oluline pööre 1970. aastal, kui tähelepanu hakati rohkem pöörama sõnumitele, mida televisiooni kaudu edastati ja missuguseid tähendusloomevõtteid selleks kasutati. Tulenevalt sellest hakati televisioonitoodangu ja televisiooni kui meediumi poolt vahendatut uurima ka semiootika abil. Lewis lisab, et üheks semiootika põhiliseks aluseks on see, et tähistaja ja tähistatava vaheline suhe ei ole loomulik, vaid kokkuleppeline ja seega mõistetav eelkõige ühe kultuuri siseselt. See, kuidas me neid tähendusi mõistame, sõltub sellest, kuidas me oleme kursis ülejäänud kultuuri koodidega. (Lewis 1990: 163–165) Televisioonitoodangu tähendusi ei mõjuta ainult kultuuri koodid, vaid olulisel kohal on ka muud meediumipõhised representatsioonivormid. Hartley (1983: 75–76) ütleb, et värvid, liikumine, kaadrid ja heli tekitavad sõnade ja tekstide edastamisel veelgi rohkem tähendusi.

Fiske (1987: 37) leiab, et televisiooni iseloomustamiseks võiks kasutada ka sõnaühendit populaarne kultuurimeedium, mille eesmärgiks on jõuda võimalikult suure hulga inimesteni. Kuid kuidas püüda võimalikult suurt vaatajaskonda ja kuidas panna see vaatajaskond ka kaasa mõtlema ja seega ka kultuuri taastootma? Fiske'i sõnul peab programm, selleks, et olla populaarne, pakkuma võimalikult paljudele inimestele vaba tõlgendusruumi. See peab neid n-ö julgustama uusi tähendusi tootma ja pakkuma tekstis ruumi, mida vaatajad saaksid oma sotsiaalsete huvide ja tähendustega täita. Fiske'i sõnul pakub saade naudingut siis, kui vaataja saab seda vaadates ringlusesse lasta ka oma huvid, mõtted ja ideed. (Fiske 1987: 83) Tema teooria kohaselt peab selleks, et programm või saade populaarne ja huvitav oleks, lisaks tühimikele erinevate tekstide ja märgijadade vahel, pakkuma vaatajale ka äratundmist. Kui subjekt tunneb ennast valitseva ideoloogia raames valminud kultuuritoodangust ära, saab ta sel moel kinnitada

oma olemasolu. Kuuluvus- ja äratundmistunne on need, mis inimestele vähemalt ühe kultuuri siseselt naudingut pakuvad. (Samas, 240)

Televisioon on meedium, mis võimaldab erinevaid tekste kiiresti massideni viia. „Tujurikkuja“ puhul saab otsustavaks ka asjaolu, et ta läheb eetrisse aastavahetusel, mil kõikide telekanalite programmid on ülesehitatud selliselt, et nad haaraksid võimalikult paljusid vaatajaid. Seega saab „Tujurikkuja“ kui telesaade suurema tähelepanu osaliseks, kui seda võimaldaks samade naljade vahendamine näiteks teatri kui meediumi kaudu. Veel enam, televisiooni kui meediumi eeliseks teatri ees on see, et tähendust konstrueerivad üksused võimaldavad tähelepanu ja sel moel ka humoorikust suunata. Seetõttu võibki öelda, et „Tujurikkuja“ kui telesaade puhul on tegu nähtusega, kus vaatajad juhitakse naljani. „Tujurikkuja“ sketšide naljakus võib sõltuda paljudel juhtudel Ott Sepa ja Märt Avandi näoilmetest, mida meile lähivõttes näidatakse jne. Teatri kontekstis poleks säärase detailidele rõhumine võimalik ning kogu esitus mõjuks üldisemana. Seda võib vaadelda ka selliselt, et televisioon kui meedium pakub võimaluse peita nali visuaalsesse plaani. Näiteks kasutatakse sketšides „Wolverine“ „Hiidhalonen“ ja „Jaani ja Marko telepood“ väga hästi ära telesaade kui meediumi eeliseid selliselt, et naljade humoorikus sõltub visuaalsest kujutamisest. Selleks võivad olla kas silmapaistvad eriefektid või naeruväärselt tobedad visuaalsed lahendused („Jaani ja Marko telepood“).

2.3.1 Märt Avandi ja Ott Sepa fenomen

Näitlejad Märt Avandi ja Ott Sepp on „Eesti otsib superstaari“ saatest alates eestlaste silmis kui lahutamatu koomikutepaar. Nad on mänginud populaarses telesaates „Kättemaksukontor“, teinud nii „Eesti film 100“ kui ka „Eesti Laulu“ vaheklippe. Koos „Tujurikkujaga“ moodustavad kõik nende ülesastumised ühtse terviku – Sepa ja Avandi huumori. Nüüdseks on nad paljude eestlaste poolt armastatud näitlejad ja humoristid. Meil on välja kujunenud mingid ootused nende suhtes – me ootamegi, et nad oleksid naljakad. Neid on raske tõsiste näitlejatena võtta, sest meie ootused nende suhtes on eelkõige naljategemise ja humoorikusega seotud. Sepa ja Avandi fenomeni võib

siinkohal võrrelda ühe varasema koomiku – Ervin Abeliga. Abel oli omal ajal tuntud oma rollidega kodumaistes filmides „Suvi“ ja „Siin me oleme“ ning tuntud eelkõige just naljamehena ning sarnaselt Abelile on meie kultuuris fenomenaalseteks naljameesteks saanud ka Sepp ja Avandi.

Märkimisväärseks võib lugeda ka „Tujurikkuja“ viienda hooaja reklaamklippi, milles näitleja Ott Sepp seletab seda, kui palju neil „Tujurikkuja“ tegemiseks sel aastal raha on ning soovib televaatajatel aastavahetusel hoopis TV3 pealt mõnda filmi vaadata. Sellisest tekstist kumab aga väga hästi läbi see, et ka saatetegijad ise teadvustavad enestele, et nad on oodatud ja tahetud naljasaade. Oleks huvitav mõelda, et mis saaks siis, kui „Tujurikkujat“ ootaks sama saatus, mis langes osaks „Kättemaksukontorile“ ehk mis juhtuks siis, kui Ott Sepp ja Märt Avandi vahetataks hoopis uute näitlejate vastu välja. Kas „Tujurikkuja“ ei oleks siis enam naljakas? Kas „Tujurikkuja“ saaks üldse ilma nendeta edasi eksisteerida? „Tujurikkuja“ vaadatavus on seotud nii eetris olemise ajaga, sketšide kultuuriruumi sõltuvusega kui ka konkreetse kahe naljamehega, ning kui vahetada välja ükskõik milline osa „Tujurikkuja“ identiteedist, siis ei oleks „Tujurikkuja“ enam samasugune.

Lisaks sellele, et „Tujurikkuja“ vaadatavust, naljast ja muudest tähendusest arusaamist mõjutavad meile hästi tuntud naljamehed n-ö omas vanas headuses, mängivad olulist rolli ka nendega seotud saateväline meediatoodang. Nimelt on Fiske'i sõnul näitlejad, kes saadetes kurjategijaid või kangelasi mängivad, meie sotsiaalses reaalsuses pärisisiksustena olemas. Nad on meediainimesed, kes eksisteerivad vaataja jaoks intertekstuaalselt. Nad toovad igasse saatesse, rolli või etendusse endaga kaasa nii tähendused ja esitused eelnevatest rollidest kui ka kõige selle, mis neist meediasse maha on jäänud: uudised, kriitika, skandaalid jne. (Fiske 1987: 8–9) Ott Sepa ja Märt Avandi poolt toodetud huumor satub ringlusesse, ärgitab poliitikuid sõna võtma ja võimaldab netikommentaatoritel arvamust ja sõimu avaldada. Mida rohkem vaataja teab, millega tegu, seda rohkem oskab ta ka seoseid luua ja vajalikud tähenduslüngad oma teadmistega täita. Naljasaate poole suunatud kriitika ja arvamused hakkavad mõjutama nii järgnevaid „Tujurikkuja“ saateid kui ka teisi rolle, mida Sepp ja Avandi edaspidises elus etendama peaksid. Seega toimivad „Tujurikkuja“ kui telesaade ja ülejäänud meedia pidevas teineteist mõjutavas tervikus.

2.3.2 Populaarsus

Eesti telemaastikul konkureerivad telekanalid üritavad igal aastavahetusel vaatajate tähelepanu eest võidelda. Paar tundi enne südaööd on nn *prime time*, mil telekanalid püüavad eelnevalt kokkupandud programmiga kõige rohkem televaatajaid püüda. „Tujurikkuja“ on viiel järjestikkusel aastavahetusel vaadatuimate telesaadete eesotsas olnud. Naljasaade on peaaegu sama oluline osa igast aastavahetuse programmist, nagu seda on presidendi kõne. Kuidas aga seletada seda oodatuse ja populaarsuse efekti, mille sketšisaade nüüdseks on saavutanud?

Fiske'i sõnul on televisioon niisugune kultuurimeedium, mille eesmärgiks on jõuda võimalikult suure hulga inimesteni. Populaarsus ja vaadatavus on seotud ka sellega, kui palju ja mis tähendusi kultuuriruumi paisatakse nii saatetegijate kui ka vaatajate poolt. Laineste (2012: 140) lisab, et huumorit või selle huumori tegijat ei tee populaarseks niivõrd mitte need teemad, mille üle nalja tehakse, vaid just see sotsiaalne kontekst ja kultuuripõhisus, mille publik nendes naljades ära tunneb.

Fiske'i sõnul on televisioonitoodang ikkagi nii saatetegijate kui ka vaatajate mõlemapoolne panustamine kultuuritoodangusse. Ta lisab, et siin tuleb mängu iga indiviidi soov dekodeerida talle edastatud teksti ning seostada kõik nähtu ja kuuldu oma subjektiivse arusaamaga maailmast. (Fiske 1987: 37) Seetõttu näib, et „Tujurikkuja“ tegijad on saavutanud populaarsuse efekti just samu võtteid kasutades. „Tujurikkuja“ on populaarne telesaade, kuna nad pakuvad võimalikult palju n-ö lahtisi otsi, kus vaatajad peaksid ise mõtlema ja nähtule kaasa elama. Tegelikult saab see ju alguse huumoriteooria algtoest, mis ütleb, et huumori üheks põhiomaduseks on mitmetähenduslikkus ja tekstide rohkus. Need samad omadused – mitmetähenduslikkus, tekstide rohkus, vaba tõlgendusruum – need toodavadki peale iga saadet nii vihaseid netikommentaare, kui ka arukaid mõistlikke ühiskonnakriitilisi järeldajaid.

Fiske lisab veel, et mida rohkem äratundmist üks telesaade vaatajale pakub, seda rohkem naudingut ta pakub ja seda vaadatuimaks ta saab. Vaataja seisukohalt on kehtiva ideoloogia põhine äratundmine oluline selleks, et ta saaks tunda ennast olulise osana kultuuritoimimises. (Fiske 1987: 240) Ka selle kriteeriumi on saatetegijad enam kui hästi täitnud. Nagu ka minu tehtud naljade jaotusest selgub, on üle poolte

„Tujurikkuja“ sketšidest kas otseselt või kaudselt eesti kultuuriruumiga seotud. Esmalt puudutakse Eesti ühiskonna kitsaskohti ja ajaloosündmusi, lahatakse sotsiaalseid probleeme, millega eestlased on üldjoontes kursis ning seejärel tehakse seda huumori pakutavate tähendusloome vahenditega, mis annavad aluse mitmekülgsed tähenduste levikuks. „Tujurikkuja“ on populaarne, sest ta annab igale eestlase võimaluse kas ennast või kedagi teist meie ühiskonnast ära tunda ning teeb seda viisil, mis annab aluse paljudeks ja mitmekülgsedeks tähendusteks.

3. HUUMORI ANALÜÜS „TUJURIKKUJA“ SKETŠIDE NÄITEL

Propp on öelnud, et nii bioloogiliste kui ka sotsiaalsete normide rikkumine võib olla naljakas. Naljakaks teeb selle just see asjaolu, et see on midagi, mis pole lubatud, midagi, mis on teistsugune. (Propp 1987: 18) Saate tegijad on senimaani naljatlenud puuetega inimeste, küüditamise, koolivägivalla, perverside, surma, alkoholismi jm üle. Olgugi et kõik need on justkui tabuteemad ja nende teemade üle naermine kuulub kirjutamata moraalikoodeksi rikkumise alla, kipuvad just need naljad kõige naljakamad olema.

3.1 Nime fenomen

„Tujurikkuja“ on eriline ka oma nime poolest, sest siamaani on räägitud naljateooriatest ja huumorist, mis oma olemuselt seotud siiski lõbusate, pingeid leevendavate, heade emotsioonidega. Naeruakt on midagi, mis vabastab keha pingetest, kuuludes nii inimese sotsiaalsete kui ka bioloogiliste funktsioonide alla.

Esimesel hooajal 2008. aastal mängiti läbi huumorisaate vastuoluline pealkiri. Ott Sepa ja Märt Avandi kehastuses kantakse meile ette idee tujurikkumisest. Sepa kehastuses ülesehituselt reklaami meenutavad sketšid „Edukatele“ ja Avandi puhul „Pulm 1“ ja „Pulm 2“. Sellist otsest tujurikkumist on järgnevates hooaegades vähem, kuigi mingil määral jääb ta alati naljasaadet läbivaks teemaks. Järgnevatel aastatel piisab vaid väikestest vihjetest, et meie mõtteid tujurikkumisele suunata. Eelkõige esimese ja teise hooaja tuju rikkumine ongi pigem ikoonilisem, sest tujurikkumine on tegelikult ja otseses kehastuses olemas. Mida aeg edasi, seda sümbolilisemaks tujurikkumine muutub ning seda raskem on välja tuua konkreetset tujurikkumise kehastajat. Saate tegijad ei pea enam konkreetset tujurikkumist läbi mängima ning kuna me oleme saate kontekstis juba teadlikud tujurikkumisest, siis piisab sellest, kui tujurikkumine siduda ühtlaselt sketšide sisse.

Tuju rikkumine iseenesest pole ju positiivne nähtus, sest nalja ja naeru seostatakse eelkõige positiivsete emotsioonidega. Kuidas saab ühel huumorisaatel, mis peaks inimesi naerma ajama, olla nimi, mis viitab sellele, et inimestel hakatakse hoopiski tuju rikkuma? Kuid just see tujurikkumine osutubki kõige olulisemaks naerutekitajaks. Zillmann ja Cantor (1976: 93) nimetavad sellist huumorit halvustamis- ja üleolekuteooriaks. Nende järgi on huumor vaenulikkuse, üleoleku, kurjuse, agressiooni, pilke ja halvakspanu väljendus (Samas, 101). Tõepoolest, just sellepärast Tujurikkuja tuju rikubki, et inimesi naerma ajada. Näiteks on rahva poolt kokkupandud sketšide Top11 kolm esimest sketši seotud vastavalt pilke („Koit Toome“), üleoleku ja agressiooni („Snaiper“) ning halvakspanuga („Eesti ujumine“). Zillmann ja Cantor (1976: 100) sõnul võib selline huumorile antav hinnang olla pöördvõrdeline hoiakuga naeru objekti suhtes, see tähendab, et mida vihatavam on objekt, seda hinnatavam on huumor. See tähendab, et mida rohkem tõsisemate asjade üle nalja tehakse, seda naljakam. Kui kas kõige üle ikkagi võib nalja teha? Kust jookseb piir?

3.2 Tabuteemad

Küüditamine on ilmselgelt naljatlemise jaoks tabuteema ja traagiline sündmus, mis on puudutanud mingil moel peaaegu kõiki eestlasi, kuid ometi jõudis just küüditamise sketš rahvaküsitluse alusel neljandale kohale. Selle ja ka paljude teiste sketšide sisuks ei ole niisama nalja heitmine nalja heitmise pärast, vaid kõige tõsisemate teemade puhul on naeruvääristamise aluseks mingi sügavam ühiskondlik probleem või sotsiaalkriitiline idee. Sama väitis ka „Kahekõne“ jutusaates esinenud üks naljasaate tegijatest Märt Avandi (ERR 2012), kes kinnitas, et pole olemas teemat, mille üle ei tohiks nalja heita, samas rõhutades, et siis peab selle taga olema ka mingi mõte. Seega rõhutab nii Avandi kui ka teised sketšisaate tegijad, et naljategemisel siiski on piir ja et ei ole olemas täielikku võrdelist seost nalja jõhkruuse ja ülima naljakuse vahel. Avandi sõnul seisnes küüditamise sketši sügavamõtteline iva selles, et siinamaani on endise Nõukogude Liidu ajalookäsitlus Eesti ja teiste Balti riikide suhtes olnud naeruväärne. (Siinkohal peab ära mainima, et sketši lõpus ilmus ekraanile kiri „Äsjast saatelõiku rahastas Vene

Riigiduumaja ajaloolise tõe komisjon“, mis jäi paljudel kurjadel kommentaatoritel kahe silmavahele). Seega see, et sellise jõhkru üle nalja tehti, on hoopis sügavmõttelisem ja peidab ennast rohkemat kui lihtsalt naljatlemist.

Sarnaselt küüditamisega, kus nalja visatakse tõsiste asjade üle, on sügavam sisu ja mõte ka sketšis „Eesti ujumine“, kus viidatakse alkoholijoobes ujumisele ja üldse Eesti ühiskonna alkoholiprobleemidele ja -surmadele. Pool aastat hiljem tuli Päästeamet välja ka samalaadse teemakäsitlusega alkoholi tarbimisest ja veeohutusest reklaamikampaanias „Kui jood, ära uju!“. Või näiteks „Hiidhalonen“, kus justkui naeruvääristatakse Soome endist presidenti Tarja Haloneni, kuid sketši sügavam iva seisneb eelkõige selles, et paljud nn Eesti pojad on Soome elama ja töötama kolinud. Näiteid „Tujurikkuja“ neljast hooajast võib tuua veelgi, kuid üldine mõte jääb samaks: nalja tehakse peamiselt Eesti ühiskonnas esile kerkivate tõsiste teemade üle.

Palmer (1994: 89) ütleb, et me peamegi võtma huumorit tõsiselt, et aru saada, kuidas meie ühiskond fundamentaalselt toimib, lisades, et huumori funktsiooniks on tabuteemade kajastamine ja nende üle arutlemine laiema publiku ees. Seega paljud (kuid mitte kõik) agressiivsuse, üleoleku, tapmise, viha ja pilke naljad „Tujurikkujas“ sisaldavad endas peale esmase naeru tekitamise alati ka keerukamat tähendust. Need tõstavad laiema avalikkuse ette teemasid, et juhtida meie tähelepanu nendele kui mitte ainult meie ühiskonnas valitsevatele tabuteemadele, vaid probleemidele, mis tegelikult vajaksid kas rohkem kajastamist või uusi lahendusi.

3.3 Üllatusmoment, puänt, ühildamatus

Seda, kuidas mingi nali tekib, on uurinud paljud teadlased ja enam-vähem kõik on jõudnud arusaamale, et naljakas hakkab siis, kui juhtub midagi ootamatut. Nali toimub, siis, kui me avastame, et see, mida seni arvasime nägevat või kogevat polegi enam see sama. Bergeri sõnul võib seega huumorit pidada mingi koodi rikkumiseks, kus märgid, mida arvasime nägevat/kuulvat on teisenenud või kui paljastub nende mitmetähenduslikkus. Seda võib vaadelda kui märkide ühildamatust ehk vaatajat tabab

üllatusmoment, sest see, mida ta ootas ei olnud see, mida ta sellelt sai. Just ootamatu lahendus ongi see, mis naljast nalja teeb ja naerma ajab. (Berger 1995: 65)

Üllatusmomendid võivad olla väiksemad ühikud nalja sees – näiteks sketš „Hiidhalonen“ on neist pungil – või kogu nali ise jõuab kohale koos üllatusmomendiga: näiteks sketš „Maakler“, kus pere otsib endale uut kodu ja lõpetavad oma koduotsingud hoopiski surnuaias või sketš „Kahtlusalune Raudne“, kus lõpus selgub, et ühes korteris tegutsebki 78 firmat. Loomulikult ei piisa ainult üllatusmomendist, vaid suurt rolli naljakaks olemisel mängib ka kontekst ja see, kas teatakse naljaga seotud tagamaid, mis näiteks viimase näite puhul võib olla otsustavaks. Kui rahvas on teadlik „Pealtnägijas“ paljastatud elamislubade skandaalist, siis ta saab tõenäoliselt aru, mida tahetakse öelda nii skandaali enda, kui ka „Pealtnägija“ uurimisvõtete kohta. Kuigi antud sketšis mängitakse väga hästi välja üllatusmomendi ja puändi omavaheline suhe, on siin naljakust määravaks osiseks ka intertekstuaalsed viited, mida ma vaatlen lähemalt järgnevas alapeatükis.

Üldiselt võib nalja vaadelda kui teksti kulgemist puändini. Berger ütleb, et süntagmaatilisel nalja analüüsis jõuame järelduseni, et puánt on see, mis viib uute tähendusteni ja mis teeb naljast nalja. Puánt ongi seega loogilise ja loomupärase lõhkumine: ta mängib reeglitega ja testib moraalipiire. (Berger 1995: 76) Ja just seepärast, et ta mõjub vaatajale kontekstipõhiselt täiesti ootamatu ja mitteloomupärasena, on ükskõik milline nali naljakas.

Kui vaadata „Tujurikkuja“ viimast ehk viiendat hooaega, selgub huvitav asjaolu. Nimelt hakkab korduma juba küüditamise naljast tuttav n-ö sketšivälise teksti sissetoomine. Mina vaatlaksin sellist nalja konstrueerimise võtet samuti puändina. Põhinarratiiviks olev tekst vahetatakse välja ootamatu lahenduse ehk puändiga, kuid lõpus tekitatakse olukord, mis viib meid veelgi kaugemale sketši esmasest naljakusest ja tähendustest. Võtame vaatluse alla eespool vaadeldud küüditamise nalja. Nalja teksti esmaseks ühildamatuseks on see, et perekond, keda minnakse Siberisse küüditama, on selle asjaolu üle õnnelik, sest nende jaoks on see reis välismaale, mitte minek vangilaagrisse. Tegelikult on tegu kohutava sündmusega eestlaste ajaloos ning selline esialgse teksti vahetus ja ootamatu lõpp teebki selle sketši naljakaks. Meieni jõudvat n-ö sketšivälist ja pealelugemise vormis olevat teksti võib lugeda teiseks puändiks, mis toob

kogu naljale juurde uusi tähenduskilde ning viib kogu nalja hoopis sügavamasse konteksti, milleks selle nalja puhul on venelaste ajalookäsitlus ja suhtumine küüditamise teemasse.

Sarnaselt konstrueeritud nalju leiab viiendast hooajast lausa kolm: „Onu Heino“, „Doping“ ja „Värdkeel“. Ka nendes kolmes sketšis jõuab nalja põhiidee meieni n-ö sketšivälise tekstina. Näiteks, kui esmapilgul võib arvata, et „Värdkeel“ on lihtsalt eesti keele erinevate murrakute üle nalja tegemine, siis tegelikult juhitakse tähelepanu hoopis ühele konkreetsele juhtumile. Ka Avandi kinnitab, et „Värdkeele“ selgeks ajendiks oli ETVs sporti kommenteeriva saarlase Madis Kallasega seotud juhtum, kus meelelahutusettevõtja Lauri Viikna kirjutas sotsiaaltvõrgustikus, et seesugune „kõnepruuk“ ei sobivat rahvusringhäälingusse (Valme 2013: 14–15). Kui me oleme teadlikud sellest konkreetsest juhtumist, siis saame kohe aru, mis on selle nalja tegelik sisu. Kuid olenemata sellest, kas me teame eelnevat või mitte, konstrueeritakse nalja lõpupuänt ikkagi selle n-ö sketšivälisega, milleks selles konkreetses naljas on Võrumaa luuletaja Contra kaadri ette tirimine ja sinna juurde tekst „Teata värdkeelest kohe. Riigikeele solkijad peavad saama väärilise karistuse“. Kusjuures all nurgast leiab ka teksti: „Õige Eesti Keele Selts“.

Igatahes on selline korduma kippuv nalja konstrueerimise viis äärmiselt huvitav. Kas selle põhjenduseks võib olla asjaolu, et teemad, mida käsitletakse, on üha konkreetsematele Eesti ühiskonnas aset leidnud juhtumitele viitamine? Või tuleneb selline kaadrivälise lõpplahenduse kasutamine sellest, et pehmendada tabuteemadest rääkivate naljade mõjumist labase ja moraalipiiride ületamisena? „Onu Heino“ sketš oli üheks nendest naljadest, mis oli paljude meelest räige, labane ja sobimatu rahvusringhäälingu konteksti. Üheks, kes nõnda arvas, oli Heimar Lenk, kes pärast aastavahetust kirjutas oma veebipäevikus järgmiselt:

Ott Sepp ja Märt Avandi vist tunnevad ennast küll andekaina, ja kindlasti ka nad seda on, kuid minu meelest kahjuks vaid selle huumori kõige madalamal tasemel. Mulle jäi mulje, et tegemist on perversidena elus ilma jäänud meestega, kes püüavad sedasama kihelust laval pussu haisutamisega välja elada. Avalik-õigusliku TV saate taset sellega küll ülal ei hoia. Minu soovitus: mehed minge kõige pealt naistesse, püüdke seal rahuldust saada ja alles siis tulge telefirma kaamerate ette. (Lenk 2013)

Kuid kui vaadata „Tujurikkuja“ meeskonna sketši konstrueerimise tehnikat, siis seletati ju kõik see eelnev näideldud labasus ju n-ö pealeloetud tekstiga ära. Lengi poolt avaldatud ongi justkui kinnitus sellest, et Sepa ja Avandi poolt kehastatud Heinod ongi tegelikult ikka veel olemas. Igatahes saavutati selle sketšiga soovitud eesmärk – tujurikkumine – ja mõtisklusi onu Heinode olemasolu teemadel ilmus lisaks Lengi arvamusalaldusele veel mõni teinegi. Kas labaseid onu Heinosid on sobilik avalik-õiguslikus telekanalis näidata, see olgu juba mõne muu uurimuse teema. Oluline on siinkohal see, et „Tujurikkuja“ tegijad kasutasid lõpus seletavat sketšivälisist teksti ning nagu näha avasid nad sellega tee rohkele arvamustele, ja mis kõige tähtsam, saavutasid veelgi suurema mitmetähenduslikkuse.

Kui uurida igas sketšis ainult ühildamatust või üllatusmomendi olemasolu, siis ei jõua me väga kaugele. Üks sketš on siiski üks tervik ning paljude eespool analüüsitud naljade puhul tulevad mängu sketšide suhted eelnevate kultuuritekstide ja intertekstuaalsete viidetega. Seega on kõik need sketšivälised tekstid arusaadavad juhul, kui me teame kultuurikompetentsil põhinevaid sügavamaid tähendusi.

3.4 Mitmetähenduslikkus ja intertekstuaalsus

Naljast teevad nalja eelkõige puänt ja ootamatuse efekt, kuid nii sõnalise kui ka sõnalis-visuaalse nalja puhul võib oluline nalja konstrueerimise aspekt peituda ka üksikmärkide või terviktekstide mitmetähenduslikkuses. Tegelikult saabki rääkida kahes mõttes mitmetähenduslikkusest. Esiteks võib mitmetähenduslikkust lugeda üheks klassikalisemaks naljateksti konstrueerimisvõtteks. Selleks on nii keeleteadlaste kui ka varasemate huumoriuurijate poolt vaadeldud keelest tulenev mitmetähenduslikkus. Teiseks on mitmetähenduslikkus seotud erinevate tähendustasandite kokkusulamisega, mis omakorda on seotud intertekstuaalsete viidetega. Mitmetähenduslikkus, mis avaldub läbi intertekstuaalsete suhete, on eelkõige seotud kultuurikompetentsiga ehk antud juhul loob uusi tähendusi Eesti kontekst.

Esmalt vaatlen keelest tulenevat mitmetähenduslikkust sketšis, mis on heaks näiteks selle kohta, kuidas naljast teeb nalja nii keelest tulenev mitmetähenduslikkus kui ka

intertekstuaalsete suhetega seotud ootamatu lõpplahendus. „Tujurikkuja“ sketš „K.I.T.T.“ demonstreerib väga hästi seda, kuidas tervikusse on põimitud vahele erinevaid visuaalseid ja keelelisi märke (näiteks sõnade hääldusest tulenev mitmetähenduslikkus – „K.I.T.T. sõitis“ vs. kits sõitis jne), mille üle vaataja saab naerda. Nalja põhiidee, nagu juba öeldud, saabub puändiga, mil publikule seni representeeritud Michael Knight ja tema imesõiduk osutuvad tavaliseks purjus eestlaseks ja numbrimärkideta helehalliks Volkswageniks. Tuntud välismaisele teleseriaalile viitamine aitab selles sketšis rõhutada viidetava teksti tähendusi ja eelkõige Michael Knighti kui karakteriga seotud tähendusi. Kahe teksti vaheline intertekstuaalne sild on loodud selleks, et rõhutada ühiskonnas alkoholi tarbimisega levinud arusaamu, milleks on joobes olekust tingitud enesekindlus, kangelaslikkus ja ka võitmatlus. Need samad omadused olid (küll mitte alkoholist tingitud) ka välismaise teleseriaali kangelasel Michael Knightil ja tema rääkival autol. On ilmselge, et mida rohkem suudame sketše vaadates tuvastada erinevaid intertekstuaalseid viiteid, seda arusaadavam ja naljakam on kogu sketši sisu.

Lisaks kriitilistele meedias toimunud diskussioonidele, mille üle tohib nalja teha ja mille üle mitte, on „Tujurikkuja“ saanud ka hoopis teistsugust vastukaja. Siin analüüsitud sketš „K.I.T.T.“ sai tunnustatud ka Maanteeameti poolt, kes saatis „Tujurikkuja“ meeskonnale tänukirja, et need nii osavalt ja lähedalt joobes juhtimist kajastasid. Sellega ilmneb oluline nähtus. Nali astub kahepoolsesse intertekstuaalsesse suhtlusesse oma vaatajaskonnaga. Esiteks sisaldab nali endas viiteid teistele seriaalidele („Knight Rider“) ja teiseks satub ta ühiskonda ja meediasse, kus avaldab mõju erinevatele ametkondadele kui ka tavavaatajatele: antakse tagasisidet, kiidetakse ja tehakse maha kommentaariumites.

Eespool loodud jaotusest tulenevalt selgub, et kõige mitmetähenduslikumaks ehk intertekstuaalseid viiteid sisaldavateks naljadeks osutuvad eelkõige eestlusega seotud naljad. Võrdluseks võiks tuua näiteks kaks sketši „Konn“ ja „Farmer“. Esimene neist on pigem universaalsem nali ning võib vaataja silmis omandada mitmeid erinevaid tähendusi, kuid need jäävad võrreldes „Farmeriga“ tagasihoidlikumaks. „Farmer“ on juba seetõttu mitmetasandilisem, et ta asetatakse ETVs oleva saate „Sõida maale“ konteksti, kasutades sama kujundust ja tunnusmuusikat. Seega paisatakse kogu lugu

teise telesaate valgusesse. Lisades sinna juurde nalja tervikidee, sisu ja ülesehituse, leiame sealt rohkeid viiteid Eesti põllumajanduse hetkeseisule. Seega mida tuttavamad ja aktuaalsemad on teemad, mille üle sketšisaates nalja tehakse, seda mitmetähenduslikumad nad on.

Heaks näiteks mitmetähenduslikkuse kohta on ka viienda hooaja „Dopingu“ sketš, sest ka see nali on mitmetasandiline ja vaatajad võivad, tulenevalt oma kultuurikompetentsist, sellest naljast väga erinevalt aru saada. Esiteks on sketš ülesehitatud Andrus Veerpalu dopinguskandaali ümber ning teiseks parodeeritakse ETVs eetris olnud teleseriaali „Alpimaja“. Kogu sketš ongi tegelikult väga mitmepalgeline, sest varasemad Veerpalu dopinguskandaali „tekstid“, mis sketši sisse jooksevad, on omavahel kokku põimunud ning seega ei olegi lõpuni võimalik aru saada, kas viidatakse sarjale või tegelikule skandaalile. Igatahes pakub seesugune nalja konstrueerimine tähenduste rohkust, mis nagu eespool selgus, on vajalik selleks, et vaatajad oleksid nähtust võlutud ja et ollakse alati nähtut oma sotsiaalsesse reaalsusesse siduma.

Sketš „Doping“ ongi tegelikult üks erakordsemaid „Tujurikkuja“ sketšide seas. Nimelt on kogu sketši peaosas Ita Ever ning armastatud koomikud Sepp ja Avandi mängivad hoopis kõrvalosatäitjaid. Miks otsustasid saatetegijad n-ö normist kõrvale kalduda ja kasutada peaosatäitjana tuntud näitlejannat? Antud dopinguskandaali sketš on lahendatud samamoodi, nagu „K.I.T.T.“. Ita Everi sketšis kasutamisega soovitakse omavahel siduda arusaamad Andrus Veerpalu ja Ita Everi positsioonidest Eesti ühiskonnas. Nimelt on mõlemad avaliku elu tegelased olnud aastaid nii spordi- ja teatrihuviliste, kui ka ülejäänud enamiku Eesti rahva silmis armastatud ja austatud. Everi kasutamine Sepa või Avandi asemel seob antud sketši eelnevate tekstidega ja veelgi rohkemate tähendustega.

3.5 Paroodia

Fiske'i sõnul on intertekstuaalsusest arusaamine oluline osa kultuurikompetentsist. Tema sõnul sisaldab kultuuriline kompetents endas kriitilist mõtlemist ja suhtumist

teksti ja sellesse, kuidas konkreetset teksti on konstrueeritud. (Fiske 1987: 19) See sama kultuurikompetents mängib olulist rolli ka paroodiatest arusaamisel.

Berger (1995: 73) käsitleb parodeerimist kui ühte intertekstuaalsuse võtet, mis tähendab, et üks tekst peidab endas viiteid teisele tekstile. Nagu juba eespool selgus, parodeeriti „K.I.T.T.’is“ Michael Knighti ja tema rääkivat autot. Eelneva teadmiseta välismaa seriaalikangelasest ei mõjaks nali niivõrd naljaka ja tabavana. Kuigi tolle konkreetse sketši puhul ei ole tegu otsese paroodiaga, sest meile ei etendata mitte terve seriaal, vaid meile parodeeritakse Michael Knighti ja tema auto olemust kui seesugust, mida aitas saavutada kostümeerimise, grimmi ja rekvisiitide kasutamise tulemusel peaaegu et üks ühele loodud sarnasus algversiooniga. Selleks, et parodeerimise aluseks olnud tekst ja intertekstuaalsete võtted mõjule pääseksid, peab Bergeri sõnul parodeeritav tekstiühik olema suuremale hulgale inimestele tuttav. Kui puuduvad eelteadmised alltekstist, siis ei pruugita mõista ka sügavamalt puändi abil konstrueeritud tähendust, mistõttu ka ei saada aru naljast. (Samas, 72–73)

Norricki järgi tähendab paroodia täielikku intertekstuaalsust, sest paroodia eesmärgiks on olla selle tekstiga, millele oma sisus viidatakse, võimalikult sarnane. (Norrick 1989: 132). Siinkohal tulebki mängu visuaalsele, vormilisele ja ka sisulisele sarnasusele rõhumine. „Tujurikkujas“ võib näha mitmeid erinevaid paroodiavorme. Parodeeritakse telesaateid, sündmusi, ajaloolisi tegelasi, tuntud inimesi ja ka muusikavideoid. „Tujurikkuja“ igas saates on paroodia omal kohal. Üheks, peaaegu kõiki saateid läbivaks paroodiavormiks on Ott Sepa versioonid eestimaisest filmitoodangust („Õnne 13“, „Tuulepealne maa“, „Klass“, „Püha Märdi kiusamine“). Näiteks võib tuua sketši „Õnne 13“, mille naljakus seisnebki tema peaaegu et laitmatu sarnasus originaaliga, nii vormilt, tegelastelt, sisult kui ka tegelaste vahetatud dialoogidelt. „Õnne 13“ paroodia on naljakas, sest see, mida seal näidatakse on tõsi: 20. aasta pikkune eesti elu peegeldav teleseriaal, milles pidevalt arutletakse „tuliselt oluliste“ teemade üle. Ott Sepa öeldu sketšile järgnevas vaheklipis võtab paroodia ja seriaali vahelise seose hästi kokku: „Õnne 13 – kakskümmend aastat ja mitte ühtegi sündmust. Palju õnne, Õnne 13!“.

Oma jaotuses paigutasin eraldi ka kaks n-ö muusikavideot. Üks nendest on tihedalt ka paroodiaga seotud. Rahva poolt kolme esimese aasta põhjal kokkupandud edetabeli

esikohale valiti „Koit Toome“, mis on samuti paroodia, mille visuaalne külge (muusikavideo) on jäetud samaks, muudetud on hoopis laulusõnu. Teksti muutmisega näidatakse üles teatavat suhtumist meesartisti Toome ja tema muusikavideosse. Uued laulusõnad on kirjutatud võimalikult originaaliga sarnased, kuid siiski muusikavideo ja laulu tervikut kui niisugust naeruvääristavalt. Selle sketši naljakus peitubki selles, et muudetud sõnad ning Avandi laulmisviis ja hääletoon, mis on erakordselt sarnane Toome omaga, sobituvad hästi antud paroodia konteksti.

Vahet pole, kas me räägime teletoodangu, muusikavideote, inimeste või ajaloosündmuste parodeerimisest ja nende intertekstuaalsusest „Tujurikkuja“ sketšide puhul on ilmselge, et nende puhul saab rääkida teatavast kultuurikompetentsist, mis ei pea ilmtingimata tähendama seda, et naljast arusaamiseks peab olema suure teadmiste pagasiga. Pigem tähendab see seda, et peab olema laia silmaringiga eelkõige oma kultuuriruumis toimuva kohta. Näiteks võib tuua selle, et kui paljud meist said aru sellest, et eestlaste kannatustest rääkivas laulus parodeeris Märt Avandi tuntud eesti meeslauljat Uku Suvistet. Selleks, et Avandi poolt kehastatud tegelast ära tunda, peab olema teadlik Suviste välimusega ning tema loominguga ja positsiooniga eesti kultuuris.

„Tujurikkuja“ naljad pürgivad aastast aastasse üha mitmetasandilisemaks, sest nõuavad naljadest arusaamiseks nii teadmisi popkultuuri kohta, kui ka üldist intelligentsust. Seega võib „Tujurikkuja“ nalju pidada intelligentsete ja laia silmaringiga inimeste huumoriks ning on kõige naljakam neile, kes omavad piisavalt suurt teadmistepagasit eelnevatest kultuuritekstidest ja ümbritsevast maailmast.

3.6 Eesti huumor

Kogu senine „Tujurikkuja“ naljade analüüs on aidanud mind lähemale esimesele sammule eesti huumori hetkesesisu ja olemuse vaatlemiseni. Kindlasti pole järgnev analüüs eesti huumori avaldumisest ja olemusest lõplik, sest selleks, et saada põhjalik ülevaade meie kultuuriruumi huumorist, peaks uurimuse ja analüüsi laiendama nii kõikidele eelnevatele huumorisaadetele, kui ka kõikvõimalikele muudele huumori

esinemise vormidele. Järgnev on eesti huumori hetkeseisu iseloomustus „Tujurikkuja“ näitel.

Seletus sellele, miks ma eesti huumorit üritan leida just „Tujurikkujat“ analüüsid, on lihtne. Nagu juba korduvalt öeldud, naljasaade on oodatuim aastavahetusprogramm ning tekitab enne esmaesitlust ja ka pärast seda suurt meediatoodangut ja tähelepanu. Eesti huumori uurimine „Tujurikkuja“ näitel ongi just seepärast oluline, et saade on eesti kultuuri- ja telemaastikul omandanud populaarsuse paljude eestlaste seas, kes huumoriprogrammi igal aastal pikisilmi ootavad ja hiljem seal nähtu põhjal uute tekstide näol ringlusesse lasevad.

Heaks näiteks siinkohal on sketš „Doping“, mis tekitas meedias suurt vastukaja, nimelt hakkasid inimesed tõsimeeli kahtlema selles, kas meie poolt armastatud näitlejanna Ita Everi teatripreemiad ja aumärgid võetakse temalt ära. Lisaks sellele astusid sketšis nähtu ning eelnevad kultuuri ja rahva mälus olevad tekstid uutesse suhetesse. Saatetegijad parodeerisid selles „Dopingu“ sketšis vähemal või rohkemal määral Andrus Veerpalu dopinguskandaali ja seesuguselt loodi vaatajale võimalus seda ka intertekstuaalselt tõlgendada. 2011. aastal, kui Veerpalu skandaal avalikkuse ees hakkas lahti hargnema, tekkis populaarses sotsiaälvõrgustikus eesti rahva algatusel fännilehekülg „Usume Andrus Veerpalu“. Vahetult pärast huumorisaate eetris olemist, tekkis seal samas sotsiaälvõrgustikus ka lehekülg „Usume Ita Everit“. On ilmselge, et mida eestikesksemaid teemasid saatetegijad oma naljades kasutavad, seda rohkematesse intertekstuaalsetesse suhetesse need nii järgnevate tekstide kui ka inimeste poolt kaasatakse.

Kui vaadata minu eespool toodud jaotust, siis selgub, et rohkem kui pooled sketšid on kas otseselt või kaudselt Eesti ja eestlusega seotud. Tihti on kogu huumor suunatud meie kultuuriruumis olevatele inimestele – eestlastele. Isegi kui me ise ei ole roolijoodikud või anonüümsed netikommentaatorid, mõistame neid probleeme ikkagi osana kultuurist, millesse ka ise kuulume. Saatetegijad ise seletavad, et Eesti elu annab nende sketšidele just sellepärast materjali, et meil on pidevalt vaja ühiskonnas midagi revolutsiooniliselt muuta. Lisaks toovad nad välja, et naljateemade valikule aitabki kaasa see pidev rahulolematuse. Saate produtsent Erik Moora ütleb, et viienda hooaja

kannatuste laul sündis ka sellest, et eestlased ise toovad pidevalt esile seda, kui palju me rahvana kannatanud oleme. (Valme 2013: 14–15)

Viienda hooaja „Olla eestlane on halb (Kannatame ära!)“ nn muusikavideo on justkui ilus punkt kogu senisele „Tujurikkuja“ toodangule ja kõigele sellele, mille üle me seni kõik koos naernud oleme. Ja sellise pideva eestluse ja eesti kultuuri üle nalja tehes ongi saatetegijad kõige edukamad. Seda võib nimetada enesele suunatud huumoriks, sest ometigi kuuluvad naljategijad ehk „Tujurikkuja“ meeskond samasse kultuuriruumi, kuhu kuuluvad ka need, kellega üle nad nalja teevad ja kellega koos nad meie kultuuri üle naerda soovivad. Mindessi sõnul on selleks, et nii naljategija kui ka publik saaks naerda eneste üle, vaja jagada ühiseid arvamusi. Seda võib nimetada ka teatud määral ühise ebaõnne jagamiseks ning selle üle nalja tehes suudetakse rahulolematusest ja ebaõnnest ühiselt üle olla. (Mindess 1971: 49) Seega ei saa pidada saatetegijaid mingil määral üleolevateks või eestlasi halvustavateks, sest kuuludes täpselt samuti eesti kultuuriruumi nagu kõik teised eestlased, tehakse nalja ka iseendi üle.

Tuginedes eelnevale analüüsile, võib eesti huumorit iseloomustada järgnevalt:

- I. enesele suunatud
- II. eesti rahva kannatustele suunatud
- III. morbiidne
- IV. kuri
- V. tabuteemasid puudutav
- VI. ühiskonnakriitiline
- VII. intelligentne
- VIII. intertekstuaalne

Morbiidsus ja kurjus on samuti „Tujurikkuja“ naljades hästi esindatud. Kurjus juba tulenevalt saate nimest, mille eesmärgiks on meie tuju rikkuda. Selliseid sketšid, nagu „Edukatele 1“ või „Tervisesportlane“ ja ka paljud teised naljad on tõesti kurja sisuga. Näiteks kajastub pahatahtlikkus ja kurjus kõige paremini „Tervisesportlase“ sketšis, kus kergelt ülekaaluline tervisesportlasest jooksja möödub ratastoolis olevast inimesest ning

hakkab teda asjatult solvama ja süüdistama. Kõige tipuks lükkab ta ratastoolis olija ka pikali ning jookseb ise edasi. Sketš üritaks justkui peegeldada eestlaste negatiivsust ja kommet iga väiksema pilk või ütlus kontekstist välja rebida ja suureks puhuda. Ka kõiki eestlaste kannatustega seotud nalju võib haiglasteks ja süneteks pidada, juba eelkõige seepärast, et kannatus ise pole midagi positiivset. Süneteks ja haiglasteks naljadeks on näiteks „Maakler“ ja „Koomapalat“ või ka morbiidset eesti filmi „Püha Tõnu kiusamine“ parodeeriv „Püha Märdi kiusamine“.

Kuigi tabuteemasid puudutav ja ühiskonnakriitiline huumor ei ole midagi erakordset huumoriteoorias, võib seda eesti kontekstis üha kasvavaks trendiks pidada. Eesti ühiskonna valupunktide naljadesse sissekirjutamist tunnistavad ka saatetegijad ise ning see paistab viimaste hooegade sketše vaadates üha rohkem silma. Üha vähem tehakse n-ö universaalseid nalju („Koomapalat“), mida saaks näidata paljudes erinevates kultuurides ning üha rohkem ja rohkem puudutatakse ühiskonna valukohti: „Eesti ujumine“, „K.I.T.T.“, „Anonüümsed netikommentaatorid“, „Loomapood“ jne. Ja nagu näitab hooegade diakrooniline võrdlus, on tabuteemade kajastamine naljades aina kasvav tendents.

Veel selgub, et eestlaste poolt toodetav ja eestlastele meeldiv huumor on intelligentne, sest naljad ei mõju mitte absurdihumorina, vaid peidavad pea alati keerukaid intertekstuaalseid viiteid või mitmetasandilisi tähendusnihkeid. Ka intelligentne huumor näib olevat aastate lõikes üha kasvav trend, selle heaks näiteks on „Doping“, „Onu Heino“, „Värdkeel“, „Kahtlusalune Raudne“ ja „Hiidhalonen“.

Kõige olulisem siinkohal ongi see, et kõik „Tujurikkuja“ naljad puudutavad meie kultuuriruumi ja on mõistetavad meile nii või naa moodi just sellepärast, et me oleme eestlased. Võib-olla aitabki huumor meil üle saada kõikvõimalikest sünetest ajaloosündmustest ja koos iseenda üle naermine viib edasi nii meie kultuuri kui meid endid. Siinkohal sobib lõpetuseks hästi Vogeli (1989: 116) ütlus – *we are all in this together*.

KOKKUVÕTE

Naer, nali ja huumor on olulised osad inimeste igapäevaelust. Nali ja naermine on tähtsal kohal inimese bioloogilises, psühholoogilises ja kultuurilises eksistentsis. Kultuuri saab vaadelda kui kõiki inimesi ülejäänud loomariigist eristavaks nähtuseks. Samas jagatakse ühte keelt ja kultuuri edasikandvad rahvad individuaalselt eksisteerivateks kultuurideks. Täpselt sama kehtib ka huumori puhul. Me saame eristada universaalset huumorit ja nalja konstrueerimisvõtteid, kuid kuna huumor on eraldiseisvates kultuurides tihedalt seotud ka teiste konkreetse kultuuriruumi tekstidega, tekib igas kultuuris ka omanäoline huumor. Selle uurimuse keskmes olidki eelkõige eesti huumori, inimeste ja kultuuri omavahelised suhted.

Minu eesmärgiks oli pääseda ligi eesti huumori praeguse hetke olemusele ning üritasin välja selgitada seda, mil moel see on seotud meie kultuurilise algupäraga ning kas ja mis selles võiks olla meie kultuuriruumile omapärane. Selleks, et uuritavat nähtust paremini uurida, valisin aastalõpu sketšisaate „Tujurikkuja“, mis nüüdseks on tõestanud end märkimisväärse osana nii eesti filmi- kui ka kultuurimaastikust. „Tujurikkuja“ sketšide analüüs aitas mul avada huumoriteooriast tulenevaid nalja konstrueerimisvõtteid, tänu millele pääsesin paremini ligi ka eesti huumorile. Selgus, et „Tujurikkuja“ kasutab väga palju meile endile, eestlastele, suunatud huumorit ning võib tihti osutada kas väga kultuuri- või sündmuspõhiseks. Lisaks sellele võib eesti huumori omapärade hulka lugeda ka morbiidsuse, kurjuse kajastamise, ühiskonnakriitilisuse, tabuteemadest rääkimise, ja intelligentsuse. Intelligente huumor viitabki siinkohal sellele, et naljadest arusaamiseks peab omama teatavat kultuurikompetentsi ning peab oskama näha naljade sügavamaid intertekstuaalseid seoseid.

„Tujurikkujat“ analüüsisin eelkõige kui kultuurinähtust ning lisaks huumoriteooriale, kaasasin probleemi avamiseks ka televisiooni kui ühe kultuuritekstide edastaja eripärasid. Huumorit on kõige rohkem uurinud psühholoogid ja lingvistid ning seetõttu on eelkõige käsitletud naeru ja nalja funktsioone kultuuris ning süvitsi on uuritud pigem verbaalseid nalju. Minu eesmärgiks oli vaadelda seda, kuidas huumori konstrueerimise võtted toimivad ühe telesaate kontekstis. Leian, et esialgsete järelduste tegemiseks oli

antud analüüs piisav, sest tuvastasin „Tujurikkujat“ vaadeldes nii ühildamatuse, mitmetähenduslikkuse, üllatuse, paroodia, kui ka intertekstuaalsete suhete kasutamist telesaate sketšide ülesehitamisel. Minu katse ühendada sketšisaate ja eesti huumori uurimiseks nii lingvistilised kui ka semiootilised tähendusloome võtted, osutus esialgu piisavaks, kuid teema vajab tulevikus kindlasti edasiarendamist. Kuigi „Tujurikkuja“ analüüsimine aitas avada eesti huumori hetkesesisu, peab selleks, et kindlamate järeldusteni jõuda, uurima ka muud meie kultuuriruumis olevat huumoritoodangut, sealhulgas ka teisi huumorisaateid.

KIRJANDUS

Allikmaterjalid: Tujurikkuja sketšid <http://www.youtube.com/user/CatapultFilms>

Berger, Arthur Asa 1995. *Blind Men and Elephants – Perspectives on humor*. New Jersey: Transaction Publishers.

Bergson, Henri 2009. *Naer: Essee Koomika tähendusest*. Tartu: Ilmamaa.

Eco, Umberto 1979. *A Theory of Semiotics*. Bloomington: Indiana University Press.

ERR = Märt Avandi intervjuu saates „Kahekõne“, URL (kasutatud 29.11.2012)

<http://etv.err.ee/index.php?05594827&video=5146>

Fiske, John 1987. *Television Culture*. London and New York: Routledge.

Gruner, Charles R. 1978. *Understanding Laughter: The Working of Wit and Humor*. Chicago: Nelson-Hall.

Hartley, John. 1983. Encouraging Signs, Television And The Power Of Dirt, Speech And Scandalous Categories. *Australian Journal of Cultural Studies* 1(2): 62–82.

Hazlitt, William 1907. *Lectures on the English Comic Writers*. Edinburgh: Ballantyne, Hanson & Co. Ballantyne Press.

Kinnunen, Jenni. 2012. „I’m Indiana Jones!‘‘: - Intertextuality and Humor in „How I Met Your Mother“. Bachelor’s thesis. University of Jyväskylä, Department of Languages, English.

Koch, Walter A. 1986. *Evolutionary Cultural Semiotics*. Bochum: Brockmeyer.

Krikmann, Arvo. Huumor. URL (kasutatud märts 2012)

<http://www.folklore.ee/~kriku/HUUMOR/>

Laineste, Liisi. 2010. Äpardunud huumor internetikommentaaries. *Keel ja Kirjandus*, 8–9: 655–670.

— 2012. Stand-up in Estonia: From estrada to Comedy Estonia. — Laineste, Liisi; Chlopicki, Wladislaw & Brzozowska, Dorota (toim.). *Estonia and Poland: Creativity and change in cultural communication. Vol 1 (Jokes and their relations)*. Tallinn: EKM Teaduskirjastus, 63–80.

- Lotman, Juri 2006. Tekst tekstis. — Lotman, Juri. *Kultuurisemiootika*. Tallinn: Olion, 241–261.
- 2010 Kultuur ja keel. — Lotman, Juri. *Kultuuritüpoloogiast*. Tartu: Tartu Ülikooli kirjastus, 30–36.
- Lenk, Heimar 2013. *Eestlased! Hakkame nüüd kõik haisutama!* URL (kasutatud 27.04. 2013) <http://heimarlenk.blogspot.com/>
- Lewis, Justin 1990. Are You Receiving Me? — Goodwin A. & Whannel, G. (toim.). *Understanding Television*. London ja New York: Routledge, 157–169.
- Mindess, Harvey 1971 *Laughter and Liberation*. Los Angeles: Nash Publishing.
- Montgomery, Martin et al. 2007. *Ways of Reading. Advanced Reading Skills for Students of English Literature*. London: Routledge.
- Nilsen, Alleen Pace ja Nilsen, Don L. F. 2007. *Humor Theories: Features vs. Functions vs. Subjects*, URL (kasutatud aprill 2012) <http://www.myplick.com/view/1fSixQ6PaFd/humor-theories>
- Norrick, Neal R. 1989. Intertextuality in Humor. — *Humor - International Journal of Humor Research* 2: 117–139.
- Palmer, Jerry 1994. *Taking Humour Seriously*. London: Routledge.
- Propp, Vladimir 1997. *Probleemõ komizma i smeha*. Sankt-Peterburg: Aleteija.
- Raskin, Victor 1985. *Semantic Mechanisms of Humor*. Dordrecht, Boston, Lancaster: Springer.
- Ross, Alison 1998. *The Language of Humour*. London: Routledge.
- Valme, Valner 2013. Tujurikkujad pälvisid Postimehe kultuuriveduri tiitli. *Postimees* 30. 01.2013, 26 (6712): 14–15.
- Vogel, Susan C. 1989. *Humor: A Semiogenetic Approach*. Bochum: Brockmeyer.
- Zillmann, Dolf & Cantor, Joanne R. 1976. A disposition theory of humor and mirth. — Chapman, Antony J. & Foot, Hugh C. (toim.) *Humor and Laughter: Theory. Research and Applications*. London: Wiley, 93–116.

SUMMARY

„TUJURIKKUJA“ – ESTONIAN HUMOR?

The purpose of this thesis was to show how a television comedy sketch show constructs its humor and how the show has become more and more important in the culture it is surrounded by. The main purpose was to find out if there exists a distinctive form of humor that is believed to be Estonian. I based my work on a popular humor show “Tujurikkuja”, which has obtained a spectacular position in our culture.

A great deal of theorists and authors have observed humor from many possible viewpoints. So far, humor has been studied mostly by psychologists and linguists. They have examined either how humor functions between human beings or how the verbal joke is constructed. What humor research needs, is a combined theory, which helps us to see the more complicated structures and meanings behind humor and its various forms in culture. I based my work on such theorists as Victor Raskin, Vladimir Propp, Arthur Asa Berger, Jerry Palmer, Susan C. Vogel, Henri Bergson, Neal R. Norrick etc. Since this thesis tried to analyze the humor in a popular television show, I also used the works of John Fiske. He has tried to identify how the meanings are produced in television and how they are brought to circulate among other texts in our culture. Combining these two theories made it easier for me to see the how the three - humor, television and culture - are positioned in our society and what can be said of the humor being particularly Estonian. Although Arvo Krikmann and Liisi Laineste both have tried to categorize and analyze Estonian ethnic humor and latter has researched stand-up comedy and internet humor, as far as I know, my research is the first of its kind in Estonia.

At the beginning I established some central concepts in humor theory such as incongruity, ambiguity, intertextuality etc. I used these concepts from humor theory to find out how humor is constructed in the sketches in “Tujurikkuja”. My research showed a majority of sketches being in particularly connected to the events, characters and situations from Estonian culture. Derived from the fact that most of the sketches in

the show are connected to the history and society overall, it appears that one must be culturally competent to understand the humor in these sketches and to be able to produce laughter. To prove the fact that humor in “Tujurikkuja” is significantly Estonian, I divided the sketches based on how universal and global or on the other hand how culturally distinctive they are.

Analyzing the humor in “Tujurikkuja” helped me to identify some relevant characteristics to Estonian humor. My analysis showed that the humor that could be pleasurable and natural to Estonians is morbid, evil and aggressive. Since the sketches are based on our nations’ sufferings and include social criticism, they expect the viewer to have the ability to laugh about him- or herself, which means that the humor in “Tujurikkuja” and in Estonia implies that the audience will be able to understand the intertextuality behind the jokes and to be able to laugh about the things and people in our culture.

It must be said that this thesis and initial results do not claim final truth about Estonian humor. To make relevant and significant conclusions about humor distinguishing a certain culture, future research should be interdisciplinary and concentrate not only on one form of humor, such as television sketches, but also include subjects like folk and ethnic humor, internet humor, stand-up comedy, comics, anecdotes and other visual or verbal humor.

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Reet Taniel,

(sünnikuupäev: 04.11.1990)

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose

„Tujurikkuja – Eesti huumor?“,

mille juhendaja on Silvi Salupere,

1.1.reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;

1.2.üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.

2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.

3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Tartus, 31.05.2013